



МИНИСТЕРСТВО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

# РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ БАЗОВЫХ КОНСТАНТ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Версия 1.0.  
22 февраля, 2018 г.

**МОЙ**  
**БИЗНЕС**  
центр оказания услуг







МИНИСТЕРСТВО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

# РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ БАЗОВЫХ КОНСТАНТ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Цель этого руководства – помочь вам лучше понять характер бренда «Мой бизнес», а также описать допустимые способы использования фирменного стиля.

Соблюдая правила и рекомендации, изложенные в руководстве, вы сможете создать целостный и запоминающийся образ бренда, ведь постоянство – это ключ к доверию.

Проект выполнен  
в Пленум Стратегический маркетинг  
[www.plenum.ru](http://www.plenum.ru)

**МОЙ  
БИЗНЕС**  
центр оказания услуг 

# СОДЕРЖАНИЕ

При использовании Руководства обратите внимание на следующие пиктограммы.

**2** **Конструктивные схемы**  
Эта пиктограмма и поясняющий текст (выделенный красным цветом) обозначают ссылку на приложение с конструктивными схемами.

**⚙** **Файлы для производства**  
Эта пиктограмма обозначает ссылку на производственный файл.

**!** **Важное примечание**  
Эта пиктограмма предлагает обратить внимание на важное примечание.

## ГЛАВА 01 ИДЕЯ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

01.01. Идея фирменного стиля 10

## ГЛАВА 02 ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

02.01. Элементы фирменного стиля 14

## ГЛАВА 03 ФИРМЕННЫЙ ЗНАК

03.01. Построение и охранное поле 18  
03.02. Воспроизведение в цвете 20

## ГЛАВА 04 ФИРМЕННЫЙ БЛОК

04.01. Дефинитор 24  
04.02. Вертикальный вариант 26  
04.03. Горизонтальный вариант 28  
04.04. Латинская версия.  
Вертикальный вариант 30  
04.05. Латинская версия.  
Горизонтальный вариант 32  
04.06. Воспроизведение в цвете 34  
04.07. Некорректные варианты  
использования 36  
04.08. Размещение 38  
04.09. Размер 40

## ГЛАВА 05 ПРАВИЛА КОБРЕНДИНГА

05.01. Кобрендинговая зона 42  
05.02. Кобрендинг с региональными  
правительствами 44  
05.03. Кобрендинг с организациями 46  
05.04. Кобрендинг с объектами инфра-  
структуры поддержки МСП 48  
05.05. Кобрендинг с программами  
государственной поддержки 50  
05.06. Кобрендинг с банками-партне-  
рами 52  
05.07. Кобрендинг с банками-партне-  
рами. Пример размещения  
на консольных вывесках 54

## ГЛАВА 06 ЦВЕТОВАЯ СХЕМА

06.01. Основные цвета 58  
06.02. Дополнительные цвета 60

## ГЛАВА 07 ШРИФТОВАЯ СХЕМА

07.01. Основные шрифты 64  
07.02. Дополнительные шрифты 66  
07.03. Дополнительные шрифты 68  
07.04. Типографика. Примеры 70

## ГЛАВА 08 ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА

08.01. Виды пиктограмм 74  
08.02. Пиктограммы групп услуг 76  
08.03. Пиктограммы групп услуг.  
Размещение и размер 78  
08.04. Пиктограммы групп услуг.  
Воспроизведение в цвете 79  
08.05. Навигационные пиктограммы 80

## ГЛАВА 09 ФОТОИЗОБРАЖЕНИЯ И ИЛЛЮСТРАЦИИ

09.01. Фирменные композиции.  
Реклама групп услуг.  
Стилистика и построение 84  
09.02. Фотоизображения и иллю-  
страции. Реклама групп услуг.  
Стилистика фотоизображений  
для офисных профессий 86  
09.03. Фотоизображения и иллю-  
страции. Реклама групп услуг.  
Стилистика фотоизображений  
для представителей самоза-  
нятых профессий 88



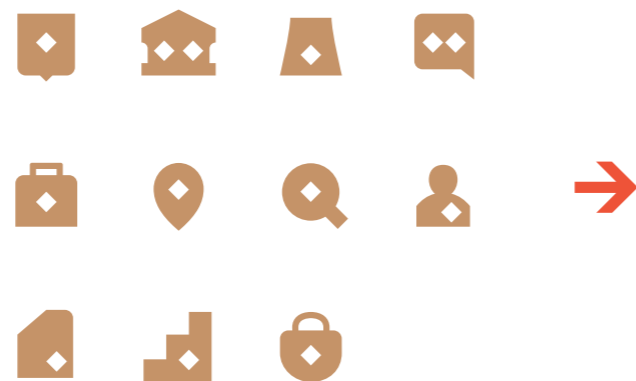
# ГЛАВА 01

## ИДЕЯ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

## 01.02. ИДЕЯ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Фирменный стиль частично наследует отдельные элементы бренда «Мои Документы». При сохранении общего подхода к типографике мы изменили центральный элемент в коммуникациях. Мы используем фирменные композиции, состоящие из фотографии и иллюстрации, ассоциативно связанные с конкретными бизнес-ситуациями.

Популярные бизнес-ситуации, в которых может помочь «Мой бизнес», разделены на одиннадцать групп. Каждой группе бизнес-услуг соответствуют свои сценарии фирменных композиций.



На макете также располагается список пиктограмм популярных групп услуг. Пиктограмма группы услуг, о которой рассказывается в коммуникации, выделяется в общем списке.



В коммуникациях, рассказывающих о конкретной бизнес-ситуации, обязательно используется key visual иллюстрирующий ее эмоциональную суть.



# ГЛАВА 02 ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

## 02.01 ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Базовые элементы, из которых состоит фирменный стиль бренда «Мой бизнес»: фирменный блок, цвета, шрифты, стилистика фотоизображений и иллюстраций.



Рис. 1. Пример единой системы коммуникаций в рекламе услуг.

- 1 Фирменный блок**  
Подробнее о фирменном блоке см. главу 04.
- 2 Фирменные шрифты**  
Обязательны для использования во всех коммуникациях. Подробнее о фирменных шрифтах см. главу 07.
- 3 Фирменные иллюстрации**  
Помогает с первого взгляда узнать бренд среди другой рекламы. Подробнее о фирменных иллюстрациях см. главу 09.01.
- 4 Фирменные фотоизображения**  
Помогают с первого взгляда узнать бренд среди другой рекламы. Подробнее о фирменных фотоизображениях см. главы 09.02. и 09.03.
- 5 Фирменные цвета**  
Имеют точные характеристики во всех цветовых средах – CMYK, RGB, HTML и т.д. Подробнее о фирменных цветах см. главу 06.

# ГЛАВА 03 ФИРМЕННЫЙ ЗНАК

## 03.01 ФИРМЕННЫЙ ЗНАК

### ПОСТРОЕНИЕ И ОХРАННОЕ ПОЛЕ

Многозначность логотипа показывает многогранность

наших услуг. В знаке соединились символы:

- ракета – указывает на стремительность взлета,
- звезда – подчеркивает стремление к мечте,
- маркер геолокации – обращает внимание на то, что «мощный старт» возможен именно здесь.

Благодаря геометричной вертикальной конструкции знак выглядит динамичным.



Рис. 1. Консольная вывеска. Пример использования фирменного знака.



Недопустима трансформация знака по горизонтали или вертикали



Недопустимо использование перевернутой по горизонтали версии фирменного знака

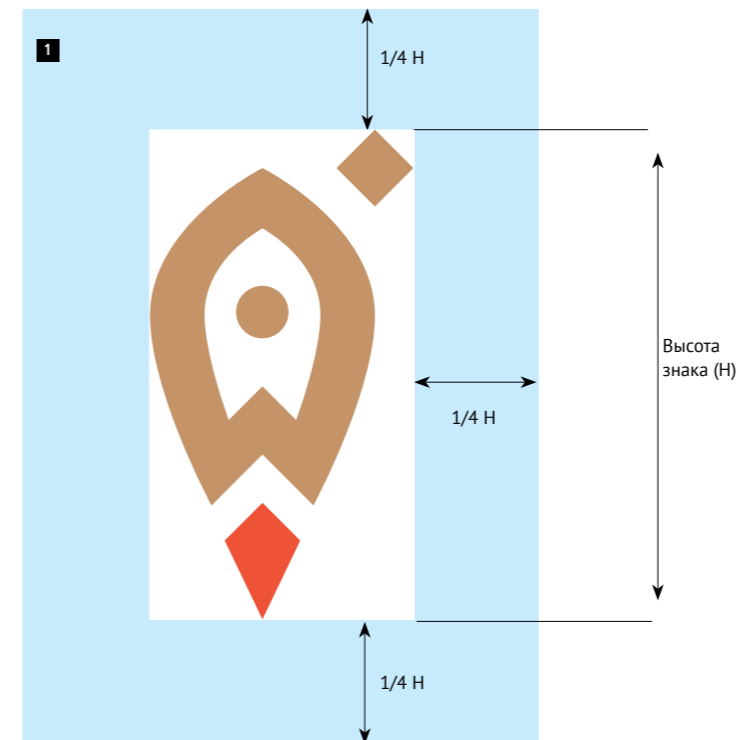


Рис. 2. Фирменный знак, охранное поле.

**1** **Охранное поле**  
Вокруг фирменного знака всегда должно быть свободное пространство – охранное поле.

Минимально допустимое свободное пространство вокруг фирменного знака (слева, справа, сверху и снизу) равно 1/4 от высоты самого знака.

**🔗** **Файлы**  
для производства Фирменный знак  
MD\_bisines\_guide\_CD/Main/Sign

**📌** Для воспроизведения следует использовать только оригинальные версии макетов, находящиеся в Электронной библиотеке бренда «Мой бизнес»

## 03.02 ФИРМЕННЫЙ ЗНАК

### ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ В ЦВЕТЕ

Существуют два основных варианта воспроизведения фирменного знака в цвете: на белом и на коричневом фоне. Подробнее о фирменных цветах см. главу 06.

#### На белом фоне

Используется сочетание двух цветов: бежевый и красный.

#### На коричневом фоне

Используется сочетание двух цветов: бежевый и красный.



Рис. 1. Фирменный знак на белом фоне.



Рис. 2. Фирменный знак на тёмно-коричневом фоне.

В случае, если воспроизведение в цвете невозможно, используются дополнительные монохромный и чёрно-белый варианты.

#### Монохромный

Монохромный вариант фирменного блока используется при невозможности печати в цвете. Для воспроизведения монохромного варианта фирменного блока используются цвета, составляющие определённый процент от чёрного цвета.



Рис. 3. Фирменный знак, монохромный вариант.

#### Чёрно-белый

Этот вариант фирменного блока является дополнительным и используется, если печать в цвете невозможна (например, на бланке факсимильного сообщения). Также используется для лазерной гравировки.



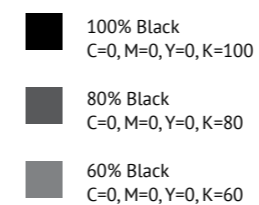
Рис. 4. Фирменный знак, чёрно-белый вариант.



Недопустимо менять цвета в частях знака.



Недопустимо использование градиента.



Дополнительные цвета для монохромного воспроизведения.

**Файлы для производства**  
Фирменный знак  
MD\_bisines\_guide\_CD/Main/Sign

Для воспроизведения следует использовать только оригинальные версии макетов, находящиеся в Электронной библиотеке бренда «Мой бизнес»

# ГЛАВА 04

## ФИРМЕННЫЙ БЛОК



## 04.01 ФИРМЕННЫЙ БЛОК

### ДЕФИНИТОР

Идентификационный дефинитор «центр оказания услуг» используется в рекламе, деловой документации, яцсувенирной продукции.

- 1 Дефинитор**  
Поясняет род деятельности, указывает на принадлежность к определенному виду сервиса. Шрифт PT Sans Regular. Для создания ситуативных дефиниторов используйте только оригинальный файл.

Для логотипа «Мой бизнес» существует один основной идентификационный дефинитор (см. рис. 1) и шесть дополнительных вариантов дефинитора (см. рис. 2).

Все дефиниторы строятся по единым правилам и только с использованием шрифта PT Sans (см. рис. 3).



Рис. 1. Вертикальная версия фирменного блока. Идентификационный дефинитор.



Рис. 2. Варианты подстрочника

Интерлиньяж между базовой линией шрифтовой части логотипа и базовой линией первой строки дефинитора равен  $X$ . Интерлиньяж строк дефинитора равен  $4/5 X$ . Величина  $X$  — высота буквы «М» логотипа «Мой бизнес».

Дефинитор размещается в одну строку, только если длина строки не выходит за границы специального габаритного контейнера (см. рис. 3). Размер габаритного контейнера — ширина логотипа плюс  $2X$ .

В случае, когда дефинитор размещается в две и более строк, старайтесь визуально сбалансировать длину строк и внешний вид блока.

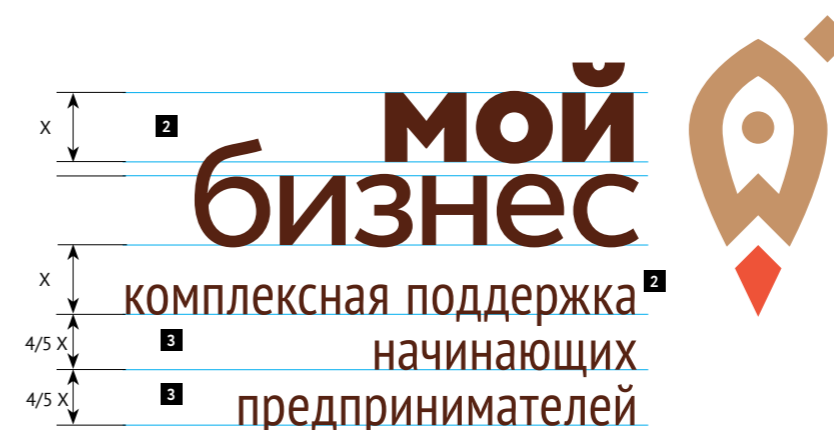


Рис. 3. Вертикальная версия фирменного блока. Построение дефинитора.

- 2 Интерлиньяж 1**  
Используется между базовой линией шрифтовой части логотипа и базовой линией первой строки блока дефинитора.
- 3 Интерлиньяж 2**  
Используется между базовыми линиями всех строк дефинитора.

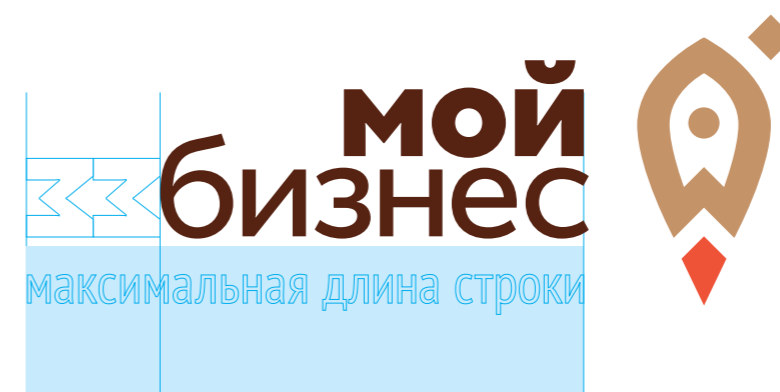


Рис. 4. Вертикальная версия фирменного блока. Габаритный контейнер для дефинитора. Максимальная длина строки. Пример размещения.

- ⚙️ Файлы для производства**  
Вертикальный фирменный блок (кириллическая версия)  
*MD\_bisines\_guide\_CD/Main/Logo*

- ⚠️** Для воспроизведения следует использовать только оригинальные версии макетов, находящиеся в Электронной библиотеке бренда «Мой бизнес»

## 04.03 ФИРМЕННЫЙ БЛОК

### ВЕРТИКАЛЬНЫЙ ВАРИАНТ

Этот вариант фирменного блока является основным, именно его следует использовать для оформления всех носителей бренда. Однако для форматов, вытянутых по горизонтали, следует использовать горизонтальный фирменный блок.

Фирменный блок содержит знак (графическое изображение), логотип (шрифтовое начертание имени бренда) и дефинитор (надпись, поясняющая вид сервиса).

В фирменном блоке недопустимо изменение пропорций и взаимного расположения элементов.

Фирменный блок бренда «Мой бизнес» строится по определённым правилам. При проектировании макетов не следует строить его каждый раз заново — используйте электронную версию фирменного блока с прилагаемого электронного носителя или с бренд-сервера. Однако эти сведения могут быть полезны для контроля использования в макете корректной версии фирменного блока.



Рис. 1. Вертикальная версия фирменного блока. Построение.

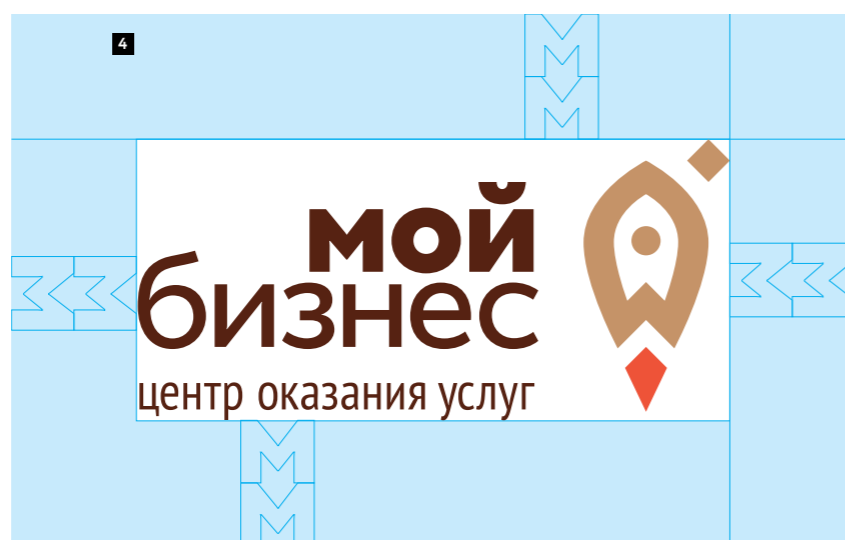


Рис. 2. Вертикальная версия фирменного блока. Охранное поле.

Минимальный размер вертикальной версии фирменного блока с дефинитором составляет 35 мм по ширине (см. рис. 3). Без дефинитора — 18 мм (см. рис. 4).



Рис. 3. Вертикальная версия фирменного блока.



Рис. 4. Вертикальная версия фирменного блока. Минимальный размер.

- 1 Фирменный знак**  
Используется в комбинации с логотипом и дефинитором.
- 2 Логотип**  
Текстовое написание названия «Мой бизнес». Разработан на основе шрифта Circe MD.
- 3 Дефинитор**  
Поясняет род деятельности, указывает на принадлежность к определённому виду сервиса.
- 4 Охранное поле**  
Вокруг фирменного знака всегда должно быть свободное пространство — охранное поле (см. рис. 2).

Минимально допустимое свободное пространство вокруг фирменного блока (слева, справа, сверху и снизу) равно высоте двух букв «М» логотипа.

Размеры указаны в миллиметрах.

**📁 Файлы для производства**  
Вертикальный фирменный блок (кириллическая версия)  
MD\_bisines\_guide\_CD/Main/Logo

**⚠️** Для воспроизведения следует использовать только оригинальные версии макетов, находящиеся в Электронной библиотеке бренда «Мой бизнес»

## 04.04 ФИРМЕННЫЙ БЛОК

### ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ ВАРИАНТ

Данный вариант фирменного блока является дополнительным, его следует использовать для форматов, вытянутых по горизонтали.

Фирменный блок содержит знак (графическое изображение), логотип (шрифтовое начертание имени бренда) и дефинитор (надпись, поясняющую вид сервиса).

В фирменном блоке недопустимо изменение пропорций и взаимного расположения элементов.

Фирменный блок бренда «Мой бизнес» строится по определённым правилам. При проектировании макетов не следует строить его каждый раз заново — используйте электронную версию фирменного блока с прилагаемого электронного носителя или с бренд-сервера. Однако эти сведения могут быть полезны для контроля использования в макете корректной версии фирменного блока.

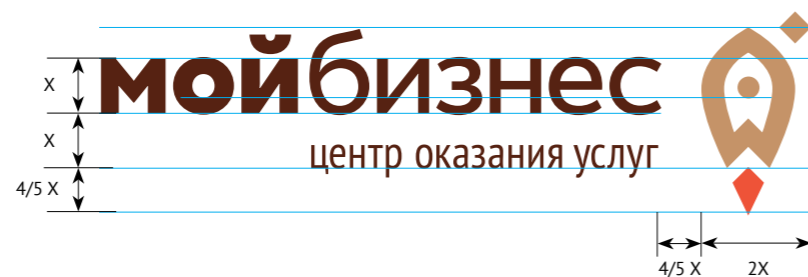


Рис. 1. Горизонтальная версия фирменного блока. Построение.



Рис. 2. Горизонтальная версия фирменного блока. Охранное поле.

Минимальный размер горизонтальной версии фирменного блока с дефинитором составляет 40 мм по ширине (см. рис. 4). Без дефинитора данная версия логотипа не используется. Горизонтальная версия фирменного блока используется для сверхмалых и вытянутых по горизонтали форматов, в вывесках.



Рис. 3. Горизонтальная версия фирменного блока.



Рис. 4. Горизонтальная версия фирменного блока. Минимальный размер.

- 1 Фирменный знак**  
Используется в комбинации с логотипом и дефинитором.
- 2 Логотип**  
Текстовое написание названия «Мой бизнес». Разработан на основе шрифта Circe MD.
- 3 Дефинитор**  
Поясняет род деятельности, указывает на принадлежность к определённому виду сервиса.
- 4 Охранное поле**  
Вокруг фирменного знака всегда должно быть свободное пространство — охранное поле (см. рис. 2).

Минимально допустимое свободное пространство вокруг фирменного блока (слева, справа, сверху и снизу) равно высоте двух букв «М» логотипа.

Размеры указаны в миллиметрах.

**🔗 Файлы для производства**  
Горизонтальный фирменный блок (кириллическая версия)  
*MD\_bisines\_guide\_CD/Main/Logo*

**⚠️** Для воспроизведения следует использовать только оригинальные версии макетов, находящиеся в Электронной библиотеке бренда «Мой бизнес»

## 04.05 ФИРМЕННЫЙ БЛОК

### ЛАТИНСКАЯ ВЕРСИЯ. ВЕРТИКАЛЬНЫЙ ВАРИАНТ

Латинский вариант фирменного блока используется для оформления носителей, предназначенных для англоязычной аудитории.

Фирменный блок содержит знак (графическое изображение), логотип (шрифтовое начертание имени бренда) и дефинитор (надпись, поясняющую вид сервиса).

В фирменном блоке недопустимо изменение пропорций и взаимного расположения элементов.

Латинский вариант фирменного блока бренда «Мой бизнес» строится по определённым правилам. При проектировании макетов не следует строить его каждый раз заново — используйте электронную версию фирменного блока с прилагаемого электронного носителя или с бренд-сервера. Однако эти сведения могут быть полезны для контроля использования в макете корректной версии фирменного блока.



Рис. 1. Вертикальная версия фирменного блока на латинице. Построение.

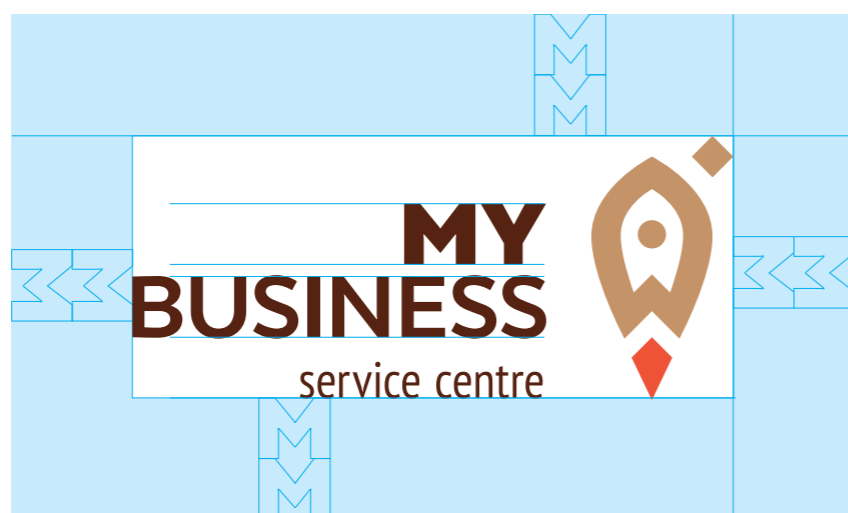


Рис. 2. Вертикальная версия фирменного блока на латинице. Охранное поле.

Минимальный размер вертикальной версии фирменного блока на латинице с дефинитором составляет 35 мм по ширине. Без дефинитора — 18 мм (см. рис. 4).



Рис. 3. Вертикальная версия фирменного блока на латинице.



Рис. 4. Вертикальная версия фирменного блока на латинице. Минимальный размер.

- 1 Фирменный знак**  
Используется в комбинации с логотипом и дефинитором.
- 2 Логотип**  
Текстовое написание названия «MY BUSINESS». Разработан на основе шрифта Circe MD.
- 3 Дефинитор**  
Поясняет род деятельности, указывает на принадлежность к определенному виду сервиса.
- 4 Охранное поле**  
Вокруг фирменного знака всегда должно быть свободное пространство — охранное поле (см. рис. 2).

Минимально допустимое свободное пространство вокруг фирменного блока (слева, справа, сверху и снизу) равно высоте двух букв «М» логотипа.

Размеры указаны в миллиметрах.

**🔗 Файлы для производства**  
Вертикальный фирменный блок (латинская версия)  
MD\_bisines\_guide\_CD/Main/Logo

**⚠️** Для воспроизведения следует использовать только оригинальные версии макетов, находящиеся в Электронной библиотеке бренда «Мой бизнес»

## 04.06 ФИРМЕННЫЙ БЛОК

### ЛАТИНСКАЯ ВЕРСИЯ ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ ВАРИАНТ.

Латинский вариант фирменного блока используется для оформления носителей, предназначенных для англоязычной аудитории.

Фирменный блок содержит знак (графическое изображение), логотип (шрифтовое начертание имени бренда) и дефинитор (надпись, поясняющую вид сервиса).

В фирменном блоке недопустимо изменение пропорций и взаимного расположения элементов.

Латинский вариант фирменного блока бренда «Мой бизнес» строится по определённым правилам. При проектировании макетов не следует строить его каждый раз заново — используйте электронную версию фирменного блока с прилагаемого электронного носителя или с бренд-сервера. Однако эти сведения могут быть полезны для контроля использования в макете корректной версии фирменного блока.



Рис. 1. Горизонтальная версия фирменного блока на латинице. Построение.



Рис. 2. Горизонтальная версия фирменного блока на латинице. Охранное поле.

Минимальный размер горизонтальной версии фирменного блока на латинице с дефинитором по ширине составляет 40 мм (см. рис. 4). Без дефинитора данная версия логотипа не используется. Горизонтальная версия фирменного блока используется для сверхмалых и вытянутых по горизонтали форматов, в вывесках.



Рис. 3. Горизонтальная версия фирменного блока на латинице.

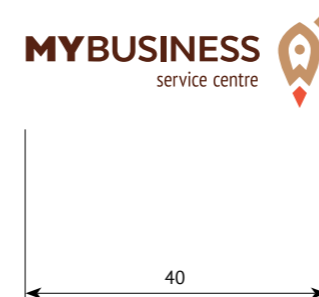


Рис. 4. Горизонтальная версия фирменного блока на латинице. Минимальный размер.

- 1 Фирменный знак**  
Используется в комбинации с логотипом и дефинитором.
- 2 Логотип**  
Текстовое написание названия «MY BUSINESS». Разработан на основе шрифта Circe MD.
- 3 Дефинитор**  
Поясняет род деятельности, указывает на принадлежность к определенному виду сервиса.
- 4 Охранное поле**  
Вокруг фирменного знака всегда должно быть свободное пространство — охранное поле (см. рис. 2).

Минимально допустимое свободное пространство вокруг фирменного блока (слева, справа, сверху и снизу) равно высоте двух букв «М» логотипа.

Размеры указаны в миллиметрах.

**🔧 Файлы для производства**  
Горизонтальный фирменный блок (латинская версия)  
MD\_bisines\_guide\_CD/Main/Logo

**⚠️** Для воспроизведения следует использовать только оригинальные версии макетов, находящиеся в Электронной библиотеке бренда «Мой бизнес»

## 04.07 ФИРМЕННЫЙ БЛОК

### ВОСПРОИЗВЕДИЕ В ЦВЕТЕ

Фирменный блок имеет четыре варианта воспроизведения в цвете. Правила воспроизведения в цвете едины для всех вариантов фирменного блока.

Существует два основных варианта воспроизведения фирменного блока в цвете: на белом и на тёмно-коричневом фоне. Подробнее о фирменных цветах см. главу 06.

#### На белом фоне

Используется сочетание трех цветов: тёмно-коричневый, красный и бежевый (см. рис. 1).

#### На тёмно-коричневом фоне

Используется сочетание трех цветов: белый, красный и бежевый (см. рис. 2).



Рис. 1. Вертикальный фирменный блок. Белый фон.

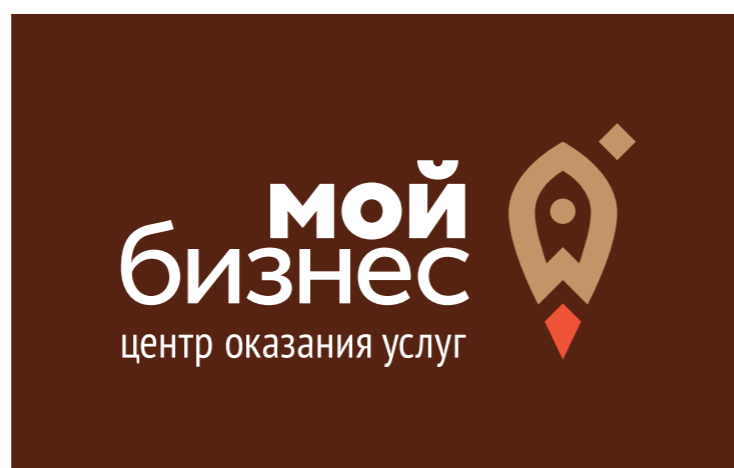


Рис. 2. Вертикальный фирменный блок. Тёмно-коричневый фон.

В случае, если воспроизведение в цвете невозможно, используются дополнительные монохромный и чёрно-белый варианты.

#### Монохромный

Монохромный вариант фирменного блока (см. рис. 3) используется при невозможности печати в цвете. Для воспроизведения монохромного варианта фирменного блока используются цвета, составляющие определённый процент от чёрного цвета.



Рис. 3. Вертикальный фирменный блок. Монохромный вариант.

#### Чёрно-белый

Этот вариант фирменного блока (см. рис. 4) является дополнительным и используется, если печать в цвете невозможна (например, на бланке факсимильного сообщения). Также используется для лазерной гравировки.

■	100% Black C=0, M=0, Y=0, K=90
■	80% Black C=0, M=0, Y=0, K=60
■	60% Black C=0, M=0, Y=0, K=50

Дополнительные цвета для монохромного воспроизведения



Рис. 4. Вертикальный фирменный блок. Чёрно-белый вариант.

## 04.08 ФИРМЕННЫЙ БЛОК

### НЕКОРРЕКТНЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

На данной странице приведены некорректные варианты использования фирменного блока.



Не допускается написание логотипа или дефинитора наборным шрифтом.



Не допускается увеличение или трансформация частей фирменного блока (знака, логотипа, дефинитора).



Недопустимо изменение цветов в знаке и в фирменном блоке.



Не допускается выравнивание составляющих фирменного блока по центру.



Не допускается перемещение знака или частей дефинитора относительно фирменного блока.



Недопустимо размещение фирменного блока на градиентных заливках.



Не допускается трансформация фирменного блока по горизонтали или вертикали.



Не допускается перемещение дефинитора относительно фирменного блока.



Не допускается размещение фирменного блока на фотоизображениях.

❗ Для воспроизведения следует использовать только оригинальные версии макетов, находящиеся в Электронной библиотеке бренда «Мой бизнес»



## 04.09 ФИРМЕННЫЙ БЛОК

### РАЗМЕЩЕНИЕ

Существует два варианта размещения фирменного блока. в левом верхнем углу фирменный блок размещается на бланках и некоторой деловой документации. Правый нижний угол — рекламная, полиграфическая и сувенирная продукция.

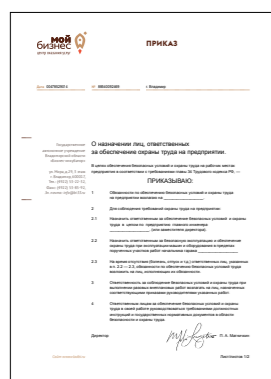


Рис. 1. Примеры.

При размещении фирменного блока необходимо соблюдать охранные поля. При размещении в правом нижнем углу правая граница знака всегда выровнивается по правому краю сетки макета. При размещении фирменного блока в левом верхнем углу верхняя граница знака всегда выровнивается по верхнему краю сетки макета.

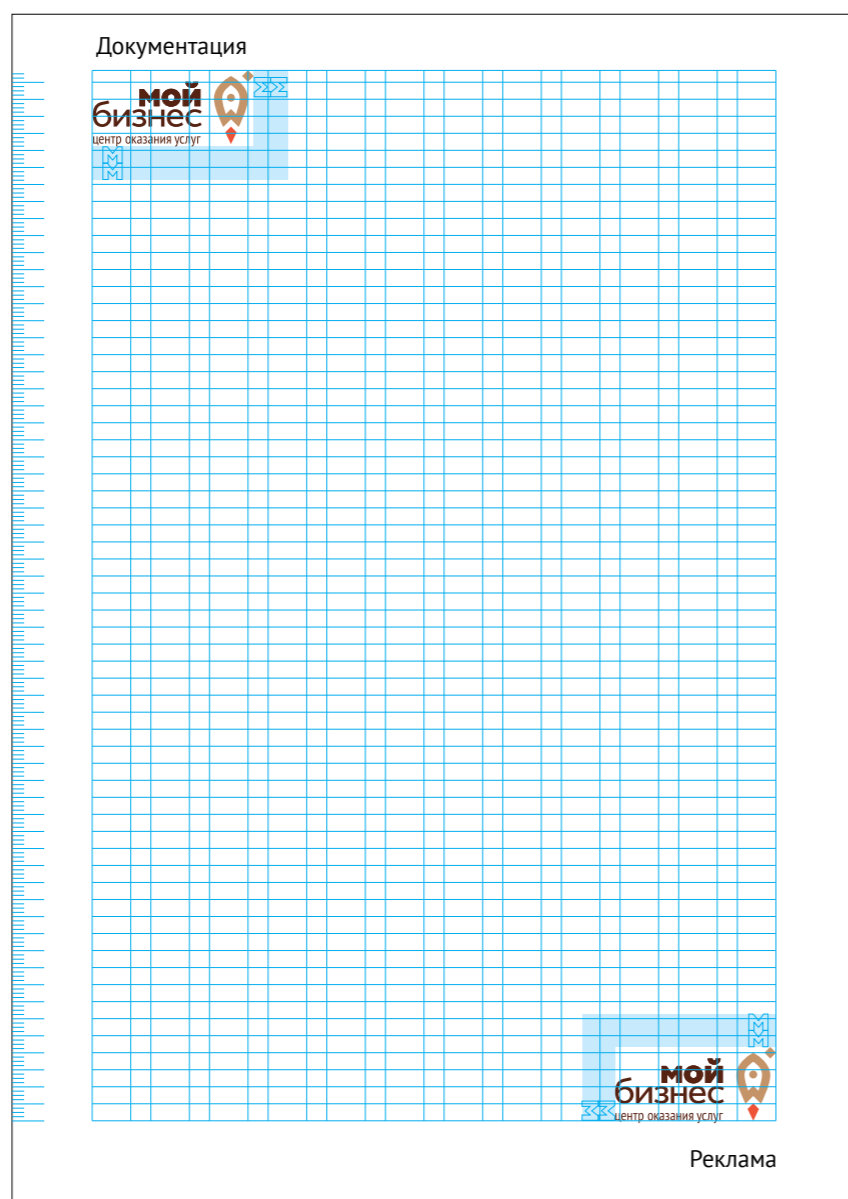


Рис. 2. Варианты размещения фирменного блока.

## 03.05.09. ФИРМЕННЫЙ БЛОК

### РАЗМЕР

Размер фирменного блока изменяется пропорционально формату.

На этой странице представлены размеры вертикального фирменного блока для форматов серии А. Размер фирменного блока задаётся шириной логотипа.

Сити-формат 1800×1200:  
ширина фирменного блока — 276 мм.  
Билборд 6000×3000:  
ширина фирменного блока — 1100 мм.

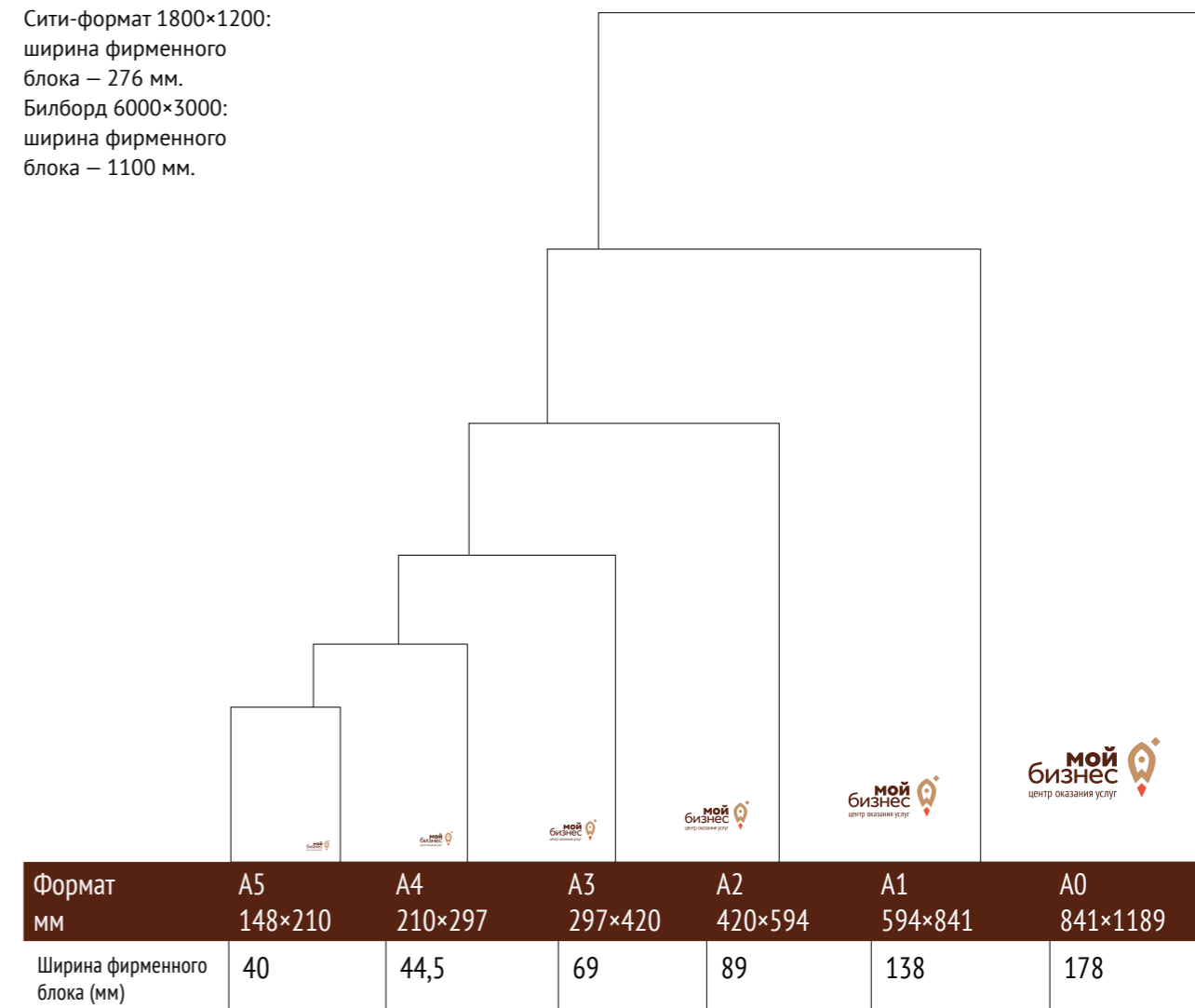


Рис. 3. Таблица соотношения ширины фирменного блока и форматов серии А.

Для воспроизведения следует использовать только оригинальные версии макетов, находящиеся в Электронной библиотеке бренда «Мой бизнес»



# ГЛАВА 05

## КОБРЕНДИНГ

## 05.01 КОБРЕНДИНГОВАЯ ЗОНА

Обязательной составляющей во всех коммуникациях бренда «Мой бизнес» является кобрендинговая зона.

Кобрендинговая зона всегда расположена в верхнем левом углу макетов и выравнивается по верхнему краю фирменной сетки. При размещении на белом фоне цвет геральдической зоны и наименования субъекта — тёмно-коричневый. Региональный логотип всегда размещается в монохромном исполнении.



Рис. 1. Пример размещения кобрендинговой зоны в рекламном макете.

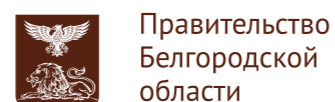


Рис. 2. Вариант размещения кобрендинговой зоны на белом фоне.



Рис. 3. Вариант размещения кобрендинговой зоны на тёмно-коричневом фоне.

### 🔧 Файлы для производства

Герб Российской Федерации  
MD\_bisines\_guide\_CD/Main/Gerb/Russia\_Gerb

Гербы субъектов Российской Федерации  
MD\_bisines\_guide\_CD/Main/Gerb/Sity\_Gerb

Шаблон кобрендинговой зоны  
MD\_bisines\_guide\_CD/Main/Gerb/Gerb\_Template

### 1 Государственный герб Российской Федерации

Рекомендуемые носители, на которых нужно оставлять место для Государственного герба — фасадная вывеска, табличка с режимом работы, постер, информирующий об услугах отделения, короб на мобильном офисе.

Существует несколько вариантов оформления кобрендинговой зоны:

### 1. С использованием Государственного герба Российской Федерации и герба субъекта Российской Федерации (или муниципального образования).

В этом варианте в кобрендинговой зоне размещаются Государственный герб Российской Федерации и герб субъекта Российской Федерации (или муниципального образования).

### 2. С использованием герба субъекта Российской Федерации и герба муниципального образования.

При использовании этого варианта в кобрендинговой зоне размещаются герб субъекта Российской Федерации и герб муниципального образования.

### 3. С использованием герба субъекта Российской Федерации или герба муниципального образования.

При использовании этого варианта в кобрендинговой зоне размещается герб субъекта Российской Федерации или герб муниципального образования.

### 2. Герб субъекта Российской Федерации, в котором расположено отделение. Размещается строго в отведенной для него зоне.

### 3. В зависимости от того, какой герб в кобрендинговой зоне стоит правее, можно разместить: наименование высшего должностного лица субъекта Российской Федерации (руководителя высшего исполнительного органа государственной власти субъекта), наименование высшего исполнительного органа государственной власти субъекта, наименование должностного лица или органа власти муниципального образования, оказывающего поддержку проекту.

Например, рядом с гербом субъекта Российской Федерации размещается описание — «При поддержке губернатора Приморского края» или «Правительство Московской области».

Размер поля по горизонтали зависит от размера текстового блока. Максимальное количество строк — три. Набирается шрифтом, с привязкой к базовым линиям сетки макета (интерлиньяж текста должен быть кратен 3 pt).

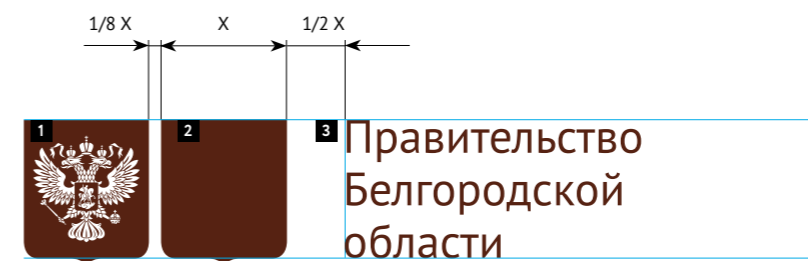


Рис. 4. Кобрендинговая зона с гербом Российской Федерации и гербом субъекта Российской Федерации (или гербом муниципального образования), в котором расположено отделение.



Рис. 5. Кобрендинговая зона. Построение.

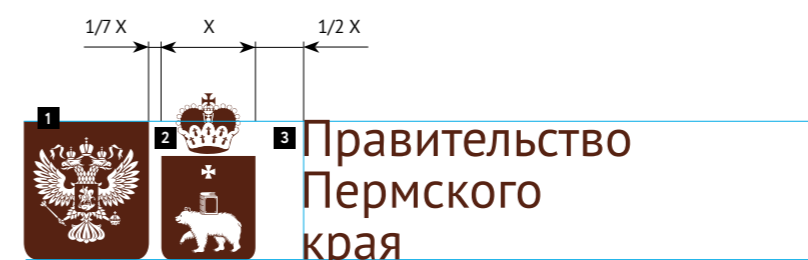


Рис. 6. Кобрендинговая зона с гербом Российской Федерации и гербом субъекта Российской Федерации, в котором расположено отделение (герб с выступающими элементами).

1 Для воспроизведения следует использовать только оригинальные версии макетов, находящиеся в Электронной библиотеке бренда «Мой бизнес»

## 05.02 КОБРЕНДИНГ С ЛОГОТИПАМИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРАВИТЕЛЬСТВ

Существует два варианта кобрендинга (совместного использования логотипов) фирменного блока «Мой Бизнес» с фирменным блоком регионального правительства.

Фирменный блок регионального правительства строится из двух частей: геральдической зоны и наименования субъекта. Логотип регионального правительства всегда размещается в монохромном исполнении. Размер герба зависит от количества строк дефинитора в фирменном блоке «Мой бизнес» (рис. 1, 2).

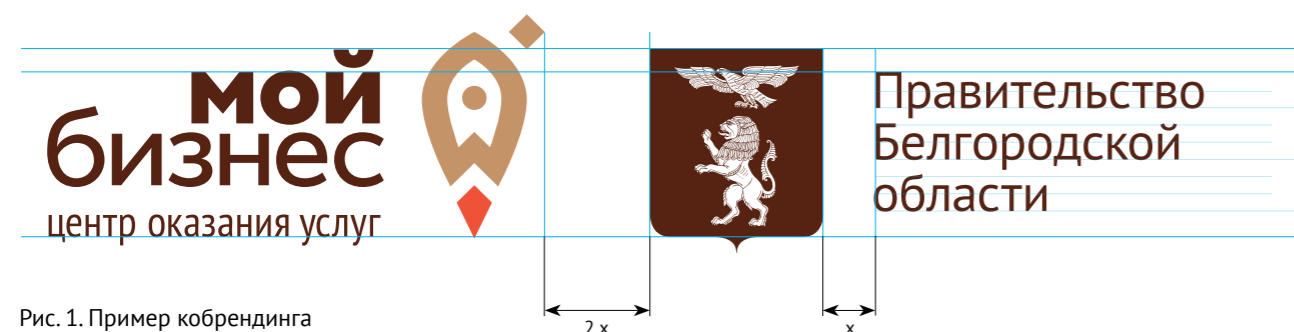


Рис. 1. Пример кобрендинга фирменного блока «Мой бизнес» с фирменным блоком регионального правительства. Вариант размещения с дефинитором в одну строку.

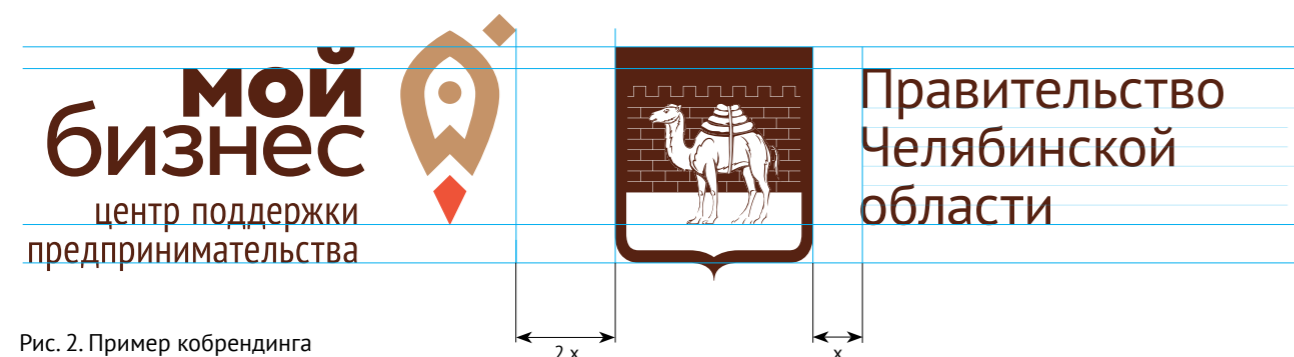


Рис. 2. Пример кобрендинга фирменного блока «Мой бизнес» с фирменным блоком регионального правительства. Вариант размещения с дефинитором в две строки.

Обязательные элементы фирменного блока «Мой бизнес»: шрифтовое написание логотипа «Мой бизнес», фирменный знак, дефинитор. Дефинитор может быть вариативным, его содержание может меняться в зависимости от назначения использования блока и типа объекта. Дефинитор размещается в 1 строку, если длина строки не выходит за границы габаритного контейнера (см. главу 04.01). В случае, когда дефинитор размещается в 2 строки, старайтесь визуально сбалансировать длину строк.

Выравнивание блоков строится от величины X – высоты буквы «М» логотипа «Мой бизнес».

Расстояние между фирменным блоком «Мой бизнес» и блоком регионального логотипа равно 2X.

Используйте вертикальную версию фирменного блока. в случае использования фирменных блоков на носителях сверхмалого размера, следует использовать горизонтальную версию фирменного блока без дефинитора (см. рис. 3, 4).

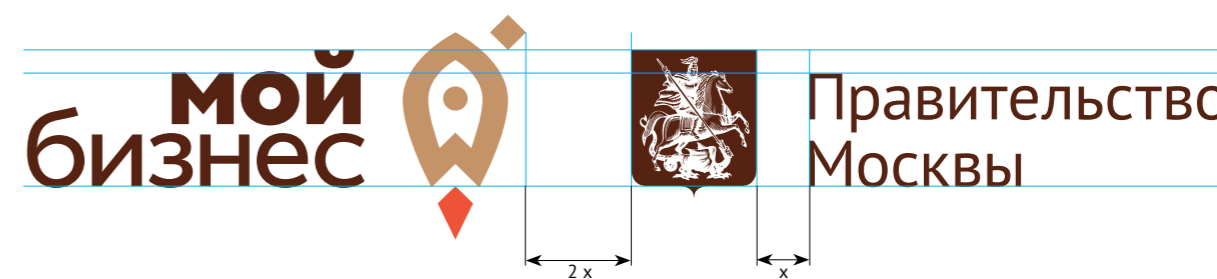


Рис. 3. Пример кобрендинга фирменного блока «Мой бизнес» с фирменным блоком регионального правительства. Вариант размещения без дефинитора.

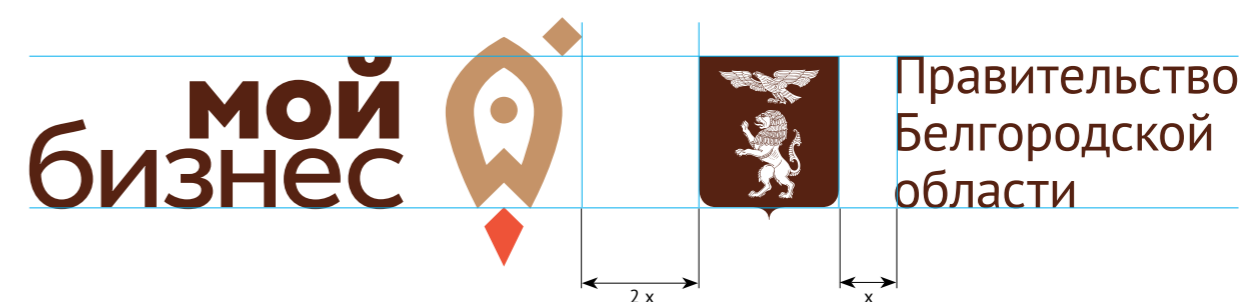


Рис. 4. Пример кобрендинга фирменного блока «Мой бизнес» с фирменным блоком регионального правительства. Вариант размещения без дефинитора.

Для воспроизведения следует использовать только оригинальные версии макетов, находящиеся в Электронной библиотеке бренда «Мой бизнес»

## 05.03 КОБРЕНДИНГ С ОРГАНИЗАЦИЯМИ

Существует несколько вариантов кобрендинга (совместного использования логотипов) фирменного блока «Мой бизнес» с фирменным блоком любого органа власти как участника процесса предоставления государственных и муниципальных услуг (на примере Министерства экономического развития Российской Федерации).

Первый – вертикальный. Второй – горизонтальный. Вертикальный вариант имеет три возможных версии компоновки. Первая – когда фирменный блок «Мой бизнес» имеет дефинитор, размещаемый в одну строку (см. рис. 2, 3). Вторая – когда фирменный блок «Мой бизнес» имеет дефинитор, размещаемый в две строки (см. рис. 1). Третья – без дефинитора. (см. рис. 4).

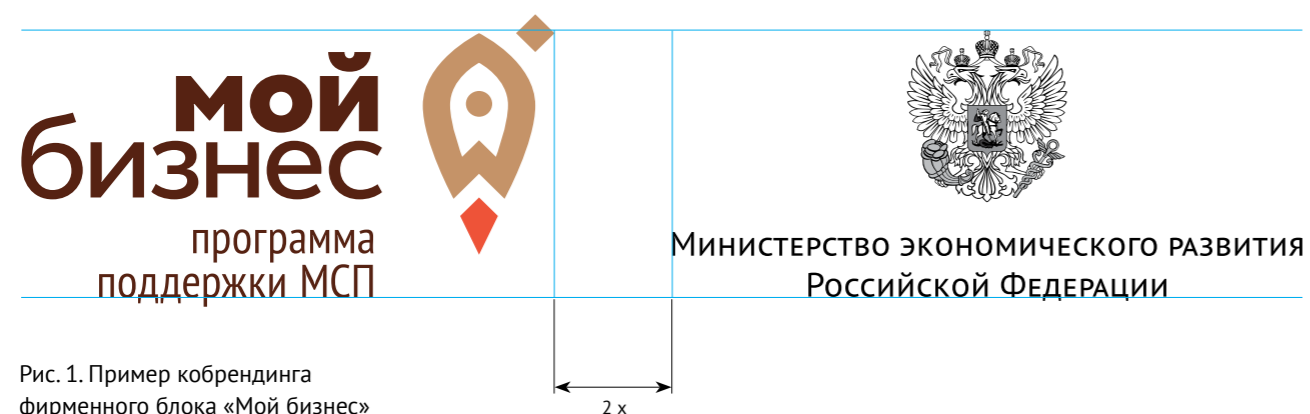


Рис. 1. Пример кобрендинга фирменного блока «Мой бизнес» с фирменным блоком Министерства Российской Федерации. Вариант размещения с дефинитором в две строки.

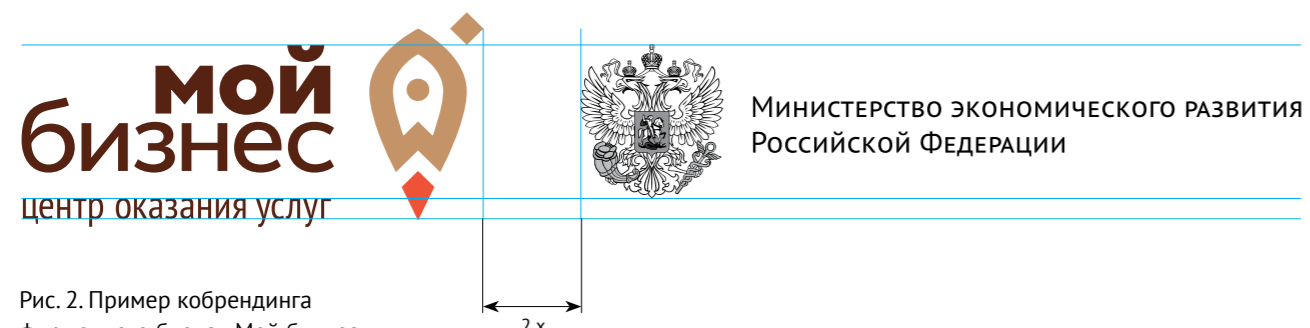


Рис. 2. Пример кобрендинга фирменного блока «Мой бизнес» с фирменным блоком Министерства Российской Федерации. Вариант размещения с дефинитором в одну строку.

Выравнивание блоков строится от величины  $X$  – высоты буквы «М» логотипа «Мой бизнес».

Расстояние между фирменными блоками «Мой бизнес» и блоком логотипа органа власти равно  $2X$ .

В случае использования фирменных блоков на носителях сверхмалого размера, следует использовать горизонтальную версию фирменного блока (см. рис. 3), либо вертикальную версию без дефинитора (см. рис. 4).

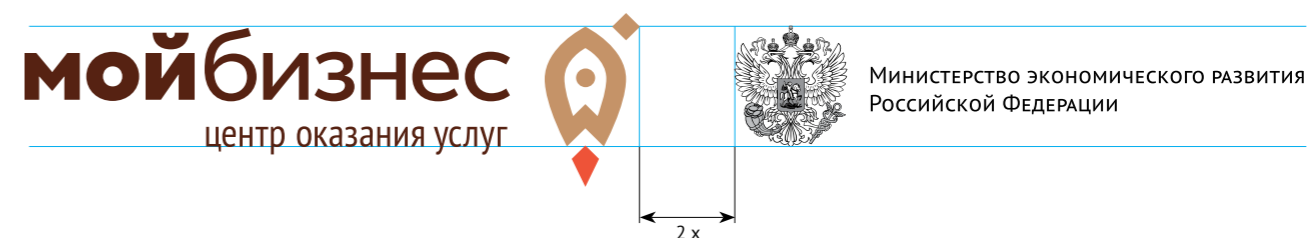


Рис. 3. Пример кобрендинга фирменного блока «Мой бизнес» с фирменным блоком Министерства Российской Федерации, для форматов, вытянутых по горизонтали.



Рис. 4. Пример кобрендинга фирменного блока «Мой бизнес» с фирменным блоком Министерства Российской Федерации, сверхмалый формат. Вариант без дефинитора.

## 05.04 КОБРЕНДИНГ С ОБЪЕКТАМИ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПОДДЕРЖКИ МСП

Существует несколько вариантов кобрендинга (совместного использования логотипов) фирменного блока «Мой бизнес» с фирменным блоком любого объекта инфраструктуры поддержки МСП (на примере Фонда Содействия Инновациям).

Первый – вертикальный. Второй – горизонтальный. Вертикальный вариант имеет три возможных версии компоновки. Первая – когда фирменный блок «Мой бизнес» имеет дефинитор, размещаемый в одну строку (см. рис. 2, 3). Вторая – когда фирменный блок «Мой бизнес» имеет дефинитор, размещаемый в две строки (см. рис. 1). Третья – без дефинитора (см. рис. 4).

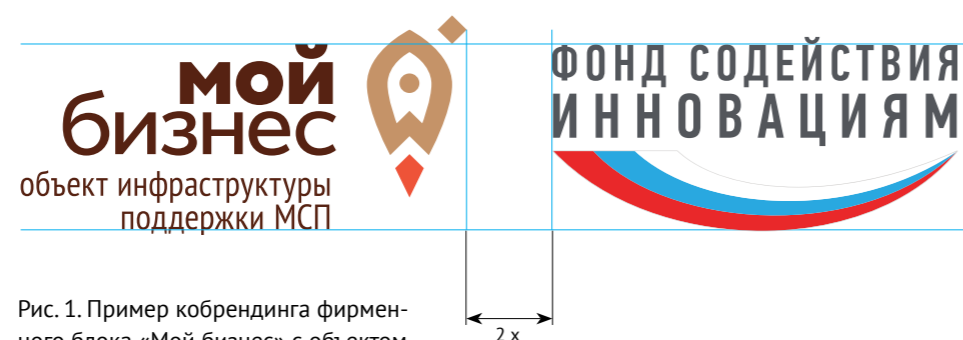


Рис. 1. Пример кобрендинга фирменного блока «Мой бизнес» с объектом инфраструктуры поддержки. Вариант размещения с дефинитором в две строки.

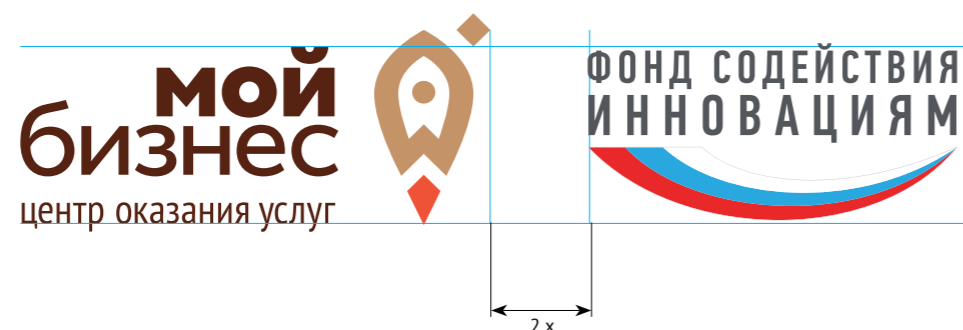


Рис. 2. Пример кобрендинга фирменного блока «Мой бизнес» с объектом инфраструктуры поддержки. Вариант размещения с дефинитором в одну строку.

Обязательные элементы фирменного блока «Мой бизнес»: шрифтовое написание логотипа «Мой бизнес», фирменный знак, дефинитор. Дефинитор может быть вариативным, его содержание может меняться в зависимости от назначения использования блока и типа объекта. Дефинитор размещается в 1 строку, если длина строки не выходит за границы габаритного контейнера (см. главу 04.01). В случае, когда дефинитор размещается в 2 строки, старайтесь визуально сбалансировать длину строк.

При размещении логотипов Объектов инфраструктуры поддержки МСП возможно, при необходимости, корректировать оптическое выравнивание фирменных блоков относительно друг друга.

Выравнивание блоков строится от величины X – высоты буквы «М» логотипа «Мой бизнес».

Расстояние между фирменными блоками «Мой бизнес» и блоком Объекта инфраструктуры поддержки равно 2X.

В случае использования фирменных блоков на носителях сверхмалого размера, следует использовать горизонтальную версию фирменного блока (см. рис. 3), либо вертикальную версию без дефинитора (см. рис. 4).

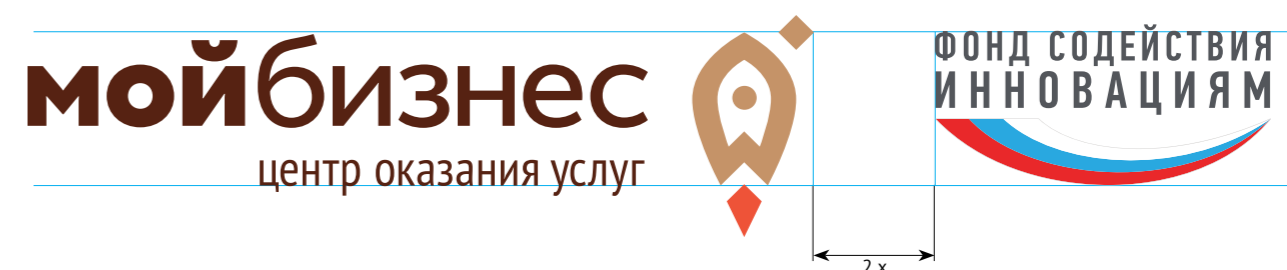


Рис. 3. Пример кобрендинга фирменного блока «Мой бизнес» с объектом инфраструктуры поддержки, для форматов, вытянутых по горизонтали.

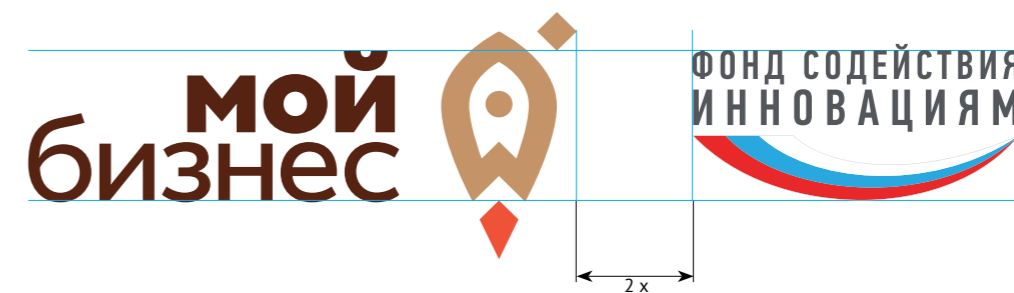


Рис. 4. Пример кобрендинга фирменного блока «Мой бизнес» с объектом инфраструктуры поддержки. Сверхмалый формат. Вариант без дефинитора.

## 05.05 КОБРЕНДИНГ С ПРОГРАММАМИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ

Существует несколько вариантов кобрендинга (совместного использования логотипов) фирменного блока «Мой бизнес» с фирменным блоком любой программы государственной поддержки.

Первый – вертикальный. Второй – горизонтальный. Вертикальный вариант имеет две возможные версии компоновки. Первая – когда фирменный блок «Мой бизнес» имеет дефинитор, независимо от количества строк (см. рис. 1). Вторая – когда фирменный блок «Мой бизнес» имеет дефинитор, размещаемый в две строки (см. рис. 1, 3). Третья – без дефинитора. (см. рис. 4).



Рис. 1. Пример кобрендинга фирменного блока «Мой бизнес» с фирменным блоком программы государственной поддержки. Вариант размещения с дефинитором в две строки.

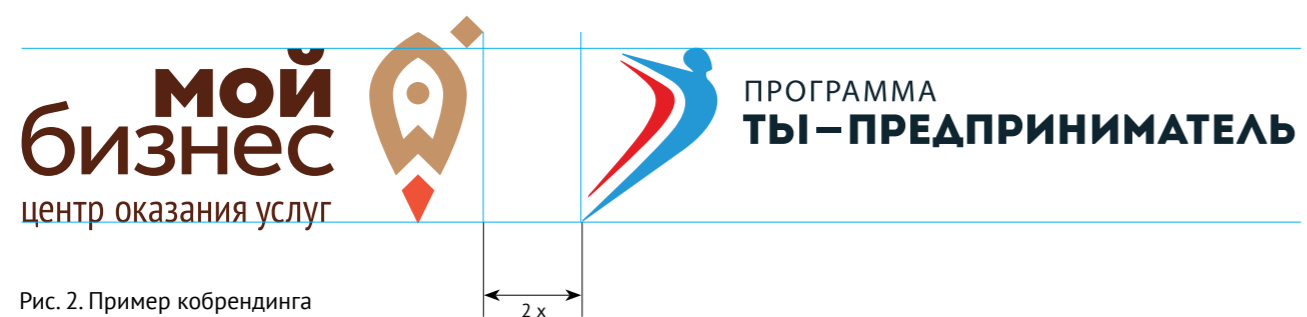


Рис. 2. Пример кобрендинга фирменного блока «Мой бизнес» с фирменным блоком программы государственной поддержки. Вариант размещения с дефинитором в одну строку.

Обязательные элементы фирменного блока «Мой бизнес»: шрифтовое написание логотипа «Мой бизнес», фирменный знак, дефинитор. Дефинитор может быть вариативным, его содержание может меняться в зависимости от назначения использования блока и типа объекта. Дефинитор размещается в 1 строку, если длина строки не выходит за границы габаритного контейнера (см. главу 04.01). В случае, когда дефинитор размещается в 2 строки, старайтесь визуально сбалансировать длину строк.

При размещении логотипов программ государственной поддержки возможно, при необходимости, корректировать оптическое выравнивание фирменных блоков относительно друг друга.

Выравнивание блоков строится от величины X – высоты буквы «М» логотипа «Мой бизнес».

Расстояние между фирменными блоками «Мой бизнес» и блоком регионального логотипа равно 2X.

В случае использования фирменных блоков на носителях сверхмалого размера, следует использовать горизонтальную версию фирменного блока (см. рис. 3), либо вертикальную версию без дефинитора (см. рис. 4).

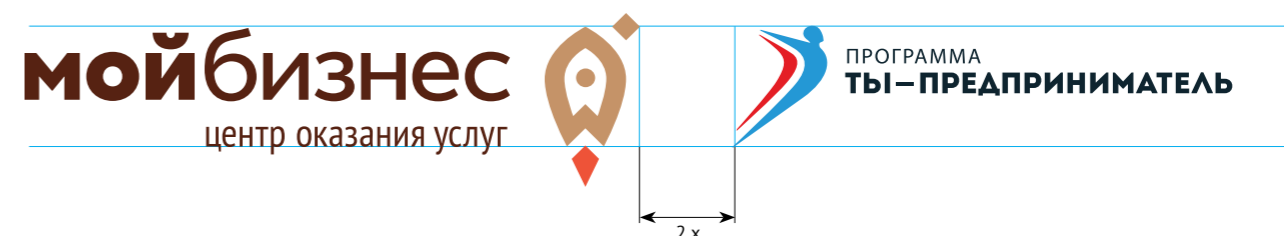


Рис. 3. Пример кобрендинга фирменного блока «Мой бизнес» с фирменным блоком программы государственной поддержки, для форматов, вытянутых по горизонтали.

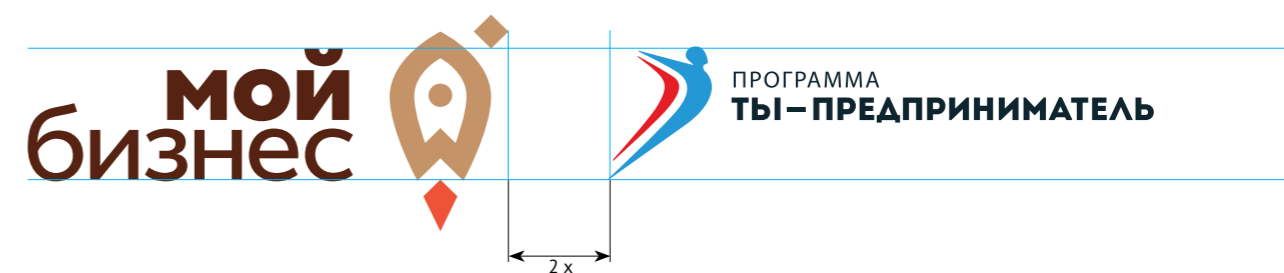


Рис. 4. Пример кобрендинга фирменного блока «Мой бизнес» с фирменным блоком программы государственной поддержки. Сверхмалый формат. Вариант без дефинитора.

## 05.06 КОБРЕНДИНГ С БАНКАМИ- ПАРТНЕРАМИ

Существует два варианта кобрендинга (совместного использования логотипов) фирменного блока «Мой бизнес» с фирменным блоком банка-партнера.

Первый – когда оба фирменных блока равноценны (см. рис. 1, 2, 3). Второй – когда фирменный блок «Мой бизнес» является главным на плоскости макета (см. рис. 4).

При кобрендинге с банками фирменный блок наследует фирменные цвета банка-партнера, в зависимости от количества цветов логотип может воспроизводиться в одноцветном (см. рис. 1) и двухцветном (см. рис. 2) исполнении.

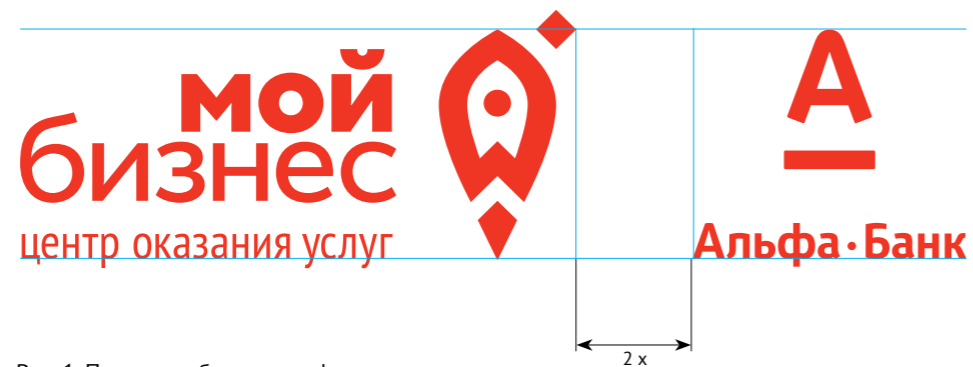


Рис. 1. Пример кобрендинга фирменного блока «Мой бизнес» (оба блока равноценны) с фирменным блоком банка-партнера. Вертикальный формат. Монохромное воспроизведение.

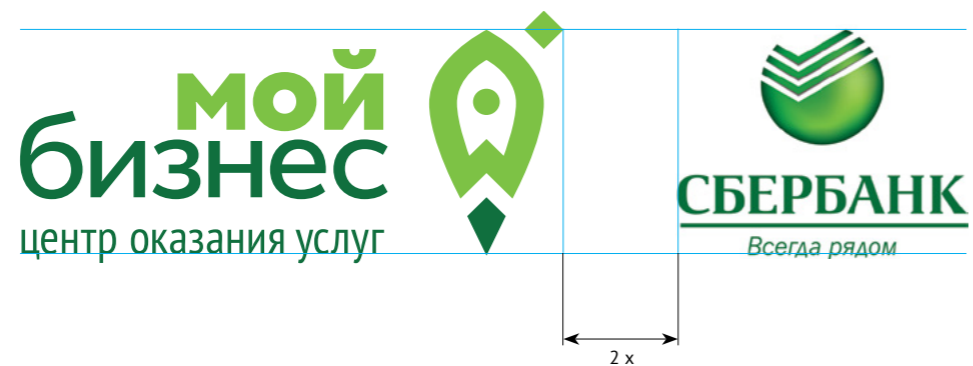


Рис. 2. Пример кобрендинга фирменного блока «Мой бизнес» (оба блока равноценны) с фирменным блоком банка-партнера. Вертикальный формат. Воспроизведение в два фирменных цвета.

Выравнивание блоков строится от величины  $X$  – высоты буквы «М» логотипа «Мой бизнес».

В случае, когда оба блока равноценны, расстояние между фирменным блоком «Мой бизнес» и блоком банка-партнера равно  $2X$ .

В случае, когда блок «Мой бизнес» является главным на плоскости макета, блок размещается вертикально, расстояние между фирменным блоком «Мой бизнес» и блоком банка-партнера равно  $1X$ .

При размещении логотипов банков-партнеров необходимо придерживаться их внутренних правил по использованию фирменного блока, а также при необходимости корректировать оптическое выравнивание фирменных блоков относительно друг друга.

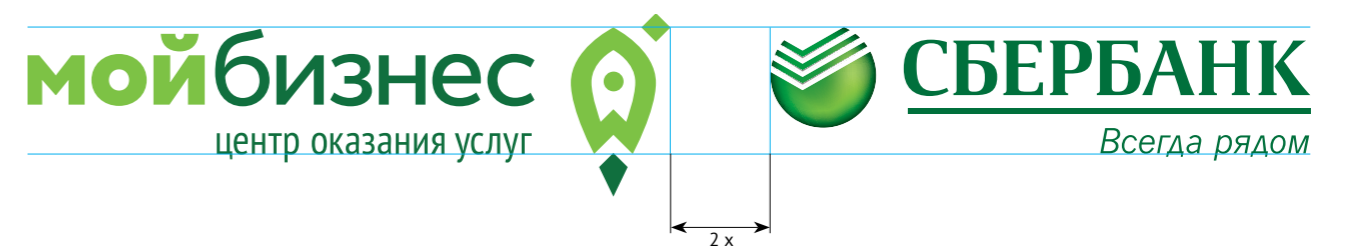


Рис. 3. Пример кобрендинга фирменного блока «Мой бизнес» (оба блока равноценны) с фирменным блоком банка-партнера. Горизонтальный формат. Воспроизведение в 2 цвета.



Рис. 4. Пример кобрендинга фирменного блока «Мой бизнес» (главный на плоскости макета) с фирменным блоком банка-партнера.



## 05.07 КОБРЕНДИНГ С БАНКАМИ- ПАРТНЕРАМИ

### ПРИМЕР РАЗМЕЩЕНИЯ НА КОНСОЛЬНЫХ ВЫВЕСКАХ

Существует два варианта указания присутствия центра услуг «Мой бизнес» на территории филиала банка-партнера.

Первый – когда на консольной вывеске фирменный блок размещается в фирменной цветовой гамме бренда «Мой бизнес» (см. рис. 1). Второй – когда на консольной вывеске фирменный блок бренда «Мой бизнес» размещается в фирменных цветах банков-партнеров (см. рис. 2).



Рис. 1. Пример размещения на консольной вывеске для указания присутствия центра услуг «Мой бизнес» на территории филиала банка-партнера. Фирменная цветовая гамма бренда.



Рис. 1. Пример размещения на консольной вывеске для указания присутствия центра услуг «Мой бизнес» на территории филиала банка-партнера. Наследование цветовой гаммы банка-партнера.



# ГЛАВА 06

## ЦВЕТОВАЯ СХЕМА

## 06.01 ЦВЕТОВАЯ СХЕМА

### ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА

Цветовая палитра бренда «Мой бизнес» состоит из пяти цветов: красный, тёмно-коричневый, бежевый, чёрный, белый. В этом разделе представлены спецификации фирменных цветов для основных цветовых моделей.

Наиболее предпочтительным способом печати во всех случаях является Pantone. При невозможности печати красками Pantone можно использовать четырехкрасочную печать (СМУК). Для веб-дизайна, экранных интерфейсов и других случаев экранного воспроизведения цветов используется цветовая система RGB.

Для сверки воспроизведения в цвете используйте оригинальный справочник Pantone или справочник фирменных цветов бренда «Мой бизнес».

PANTONE 2313	ORACAL 641 081	RAL 1011	БЕЖЕВЫЙ
СМУК ГЛЯНЦЕВАЯ БУМАГА 18 41 62 06	RGB 195 147 103		
СМУК ОФСЕТНАЯ БУМАГА 00 31 53 20	HTML C39367		

Бежевый используется в фирменном знаке, текстовых заголовках, пиктограммах групп услуг, в полиграфии и элементах фирменной одежды.

Краску для стен вы можете выбрать самостоятельно, опираясь на фирменные цвета по палитре RAL, или вы можете воспользоваться готовыми красками следующих производителей:

PANTONE 477	ORACAL 641 080	RAL 8016	ТЁМНО-КОРИЧНЕВЫЙ
СМУК ГЛЯНЦЕВАЯ БУМАГА 23 75 78 69	RGB 098 059 042		
СМУК ОФСЕТНАЯ БУМАГА 30 56 81 34	HTML 623B2A		

Тёмно-коричневый используется в логотипе, для акциденции текстовых заголовков, в полиграфии и элементах фирменной одежды.

DuluX  
Бежевый – 80YR 26/323.  
Красный – 29 YR 19/621.  
Коричневый – 50 YR 10/151.

PANTONE 7417	ORACAL 641 032	RAL 3028	КРАСНЫЙ
СМУК ГЛЯНЦЕВАЯ БУМАГА 01 83 85 00	RGB 224 078 057		
СМУК ОФСЕТНАЯ БУМАГА 00 65 78 00	HTML E04E39		

Красный используется в фирменном знаке. В фирменном стиле он присутствует как дополнительный и используется для выделения пиктограмм групп услуг и для акциденции слоганов.

Tikkurila  
Коллекция Symphony  
Бежевый – S400.  
Красный – M319.  
Коричневый – M478.

Коллекция Monicolor  
Бежевый – X091.  
Красный – L130.  
Коричневый – Y130.

PANTONE Pro Black	ORACAL 641 170	RAL 9005	ЧЁРНЫЙ
СМУК ГЛЯНЦЕВАЯ БУМАГА 00 00 00 100	RGB 44 42 41		
СМУК ОФСЕТНАЯ БУМАГА 00 00 00 100	HTML 2C2A29		

Чёрный используется для цвета текста основного набора.

PANTONE ЦВЕТ НОСИТЕЛЯ	ORACAL 641 010	RAL 9003	БЕЛЫЙ
СМУК ГЛЯНЦЕВАЯ БУМАГА 00 00 00 00	RGB 255 255 255		
	HTML FFFFFF		

Белый используется в знаке фирменного блока, также это цвет материала, на котором размещаются элементы фирменного стиля.

## 06.02 ЦВЕТОВАЯ СХЕМА

### ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА

При необходимости введения дополнительных цветов – в информационных графиках, схемах, иллюстрациях и т. д. используйте производные цвета от фирменных.

<p>PANTONE 2313</p> <p>СМУК ГЛЯНЦЕВАЯ БУМАГА 18 41 62 06</p> <p>СМУК ОФСЕТНАЯ БУМАГА 00 31 53 20</p>	<p>ORACAL 081</p> <p>RGB 195 147 103</p> <p>HTML C39367</p>	БЕЖЕВЫЙ 80%	БЕЖЕВЫЙ 60%	БЕЖЕВЫЙ 40%	БЕЖЕВЫЙ 20%
<p>PANTONE 477</p> <p>СМУК ГЛЯНЦЕВАЯ БУМАГА 23 75 78 69</p> <p>СМУК ОФСЕТНАЯ БУМАГА 30 56 81 34</p>	<p>ORACAL 088</p> <p>RGB 098 059 042</p> <p>HTML 623B2A</p>	ТЁМНО-КОРИЧНЕВЫЙ 80%	ТЁМНО-КОРИЧНЕВЫЙ 60%	ТЁМНО-КОРИЧНЕВЫЙ 40%	ТЁМНО-КОРИЧНЕВЫЙ 20%
<p>PANTONE 7417</p> <p>СМУК ГЛЯНЦЕВАЯ БУМАГА 01 83 85 00</p> <p>СМУК ОФСЕТНАЯ БУМАГА 00 65 78 00</p>	<p>ORACAL 032</p> <p>RGB 224 078 057</p> <p>HTML E04E39</p>	КРАСНЫЙ 80%	КРАСНЫЙ 60%	КРАСНЫЙ 40%	КРАСНЫЙ 20%
<p>PANTONE Pro Black</p> <p>СМУК ГЛЯНЦЕВАЯ БУМАГА 00 00 00 100</p> <p>СМУК ОФСЕТНАЯ БУМАГА 00 00 00 100</p>	<p>ORACAL 170</p> <p>RGB 44 42 41</p> <p>HTML 2C2A29</p>	ЧЁРНЫЙ 80%	ЧЁРНЫЙ 60%	ЧЁРНЫЙ 40%	ЧЁРНЫЙ 20%

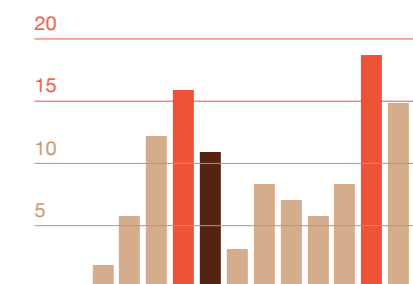


Рис. 1. Пример использования дополнительных цветов при построении инфографики.

# ГЛАВА 07

## ШРИФТОВАЯ СХЕМА

## 07.01 ШРИФТОВАЯ СХЕМА

### ОСНОВНЫЕ ШРИФТЫ

Фирменные шрифты являются важным элементом фирменного стиля — их систематическое использование способствует повышению узнаваемости бренда. Они используются в документации, рекламной и другой фирменной продукции.

# ДОКУМЕНТЫ ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА

Circe MD EXtra Bold

**ВСЬ КОМПЛЕКС УСЛУГ  
ДЛЯ ОТКРЫТИЯ СВОЕГО  
ДЕЛА В ОДНОМ МЕСТЕ.  
БЫСТРО, УДОБНО  
И ПРОФЕССИОНАЛЬНО!**

Circe MD Bold

**К вашим услугам — 120 услуг.  
Открывайте бизнес вместе с нами!**

PT Sans Bold

Зарегистрировать бизнес? Проще, чем вы думаете.  
Нужен микрозайм? Это несложно.  
Ищете помещение для офиса? Мы поможем!

PT Sans Regular

*mybusiness.gov.ru*

**8 800 000-00-00**

PT Sans Italic

Шрифтовая схема состоит из трех групп шрифтов. Первая группа — основные шрифты: Circe MD в нескольких начертаниях и шрифт Pt Sans. Эти шрифты используются для оформления всех носителей.

Вторая группа — это дополнительные шрифты, которые применяются, когда использование основных шрифтов ограничено технически — для набора текста в приложениях Microsoft Office в деловой документации. Третья группа — Open Sans. Используется в электронных носителях, в качестве системного шрифта на интернет-сайте.

Circe MD EXtra Bold

**АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОП  
АВСDEFGHIJKLMNOP  
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТ  
АВСDEFGHIJKLMNOPQRST  
1234567890**

Используется для акцидентных заголовков.

PT Sans Bold

**АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОП  
АВСDEFGHIJKLMNOP  
абвгдеёжзийклмнопрст  
abcdefghijklmnopqrst  
1234567890**

Используется для подзаголовков и выделения информации в основном текстовом сообщении.

PT Sans Italic

*АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОП  
АВСDEFGHIJKLMNOP  
абвгдеёжзийклмнопрст  
abcdefghijklmnopqrst  
1234567890*

Используется для выделения информации в основном текстовом сообщении.

Circe MD Bold

**АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОП  
АВСDEFGHIJKLMNOP  
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТ  
АВСDEFGHIJKLMNOPQRST  
1234567890**

Используется для заголовков второго уровня.

PT Sans Regular

**АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОП  
АВСDEFGHIJKLMNOP  
абвгдеёжзийклмнопрст  
abcdefghijklmnopqrst  
1234567890**

Используется для набора основного текста.

**🔗** **Файлы для производства**  
Фирменные шрифты  
*MD\_bisines\_guide\_CD/Main/Fonts*

**!** Для воспроизведения следует использовать только оригинальные версии макетов, находящиеся в Электронной библиотеке бренда «Мой бизнес»

## 07.02 ШРИФТОВАЯ СХЕМА

### ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ШРИФТЫ

# ДОКУМЕНТЫ ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА

Arial Black

**ВСЕ КОМПЛЕКС УСЛУГ  
ДЛЯ ОТКРЫТИЯ СВОЕГО  
ДЕЛА В ОДНОМ МЕСТЕ.  
БЫСТРО, УДОБНО  
И ПРОФЕССИОНАЛЬНО!**

Arial Bold

**К вашим услугам — 120 услуг.  
Открывайте бизнес вместе с нами!**

Arial Bold

Зарегистрировать бизнес? Проще, чем вы думаете.  
Нужен микрозайм? Это несложно.  
Ищете помещение для офиса? Мы поможем!

Arial Regular

*mybusiness.gov.ru*

Arial Italic

**8 800 000-00-00**

Дополнительные шрифты, которые применяются, когда использование основных шрифтов ограничено технически — для набора текста в приложениях Microsoft Office в деловой документации.

Arial Black

**АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОП  
АВСDEFGHIJKLМNOP  
АБВГДЕЁЖЗИЙЛМНОПРСТ  
АВСDEFGHIJKLМNOPQRST  
1234567890**

Используется для акцидентных заголовков.

Arial Regular

АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОП  
АВСDEFGHIJKLМNOP  
абвгдеёжзийклмнопрст  
abcdefghijklmnopqrst  
1234567890

Используется для подзаголовков и выделения информации в основном текстовом сообщении.

Arial Bold

**АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОП  
АВСDEFGHIJKLМNOP  
АБВГДЕЁЖЗИЙЛМНОПРСТ  
АВСDEFGHIJKLМNOPQRST  
1234567890**

Используется для заголовков второго уровня.

Arial Regular Italic

*АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОП  
АВСDEFGHIJKLМNOP  
абвгдеёжзийклмнопрст  
abcdefghijklmnopqrst  
1234567890*

Используется для набора основного текста.

**🔗** **Файлы для производства**  
Фирменные шрифты  
*MD\_bisines\_guide\_CD/Fonts*

**!** Для воспроизведения следует использовать только оригинальные версии макетов, находящиеся в Электронной библиотеке бренда «Мой бизнес»

## 07.03 ШРИФТОВАЯ СХЕМА

### ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ШРИФТЫ

# ДОКУМЕНТЫ ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА

Open Sans Bold

ВСЕГДА КОМПЛЕКС УСЛУГ  
ДЛЯ ОТКРЫТИЯ СВОЕГО  
ДЕЛА В ОДНОМ МЕСТЕ.  
БЫСТРО, УДОБНО  
И ПРОФЕССИОНАЛЬНО!

Open Sans Regular

*К вашим услугам — 120 услуг.  
Открывайте бизнес вместе с нами!*

Open Sans Italic

Зарегистрировать бизнес? Проще, чем вы думаете.  
Нужен микрозайм? Это несложно.  
Ищете помещение для офиса? Мы поможем!

Open Sans Regular

Гарнитура Open Sans используется в интерфейсах электронного табло, электронной очереди, мобильном приложении и на сайте.

Open Sans Bold

**АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОП  
АВСDEFGHIJKL MNOP  
АБВГДЕЁЖЗИЙЛМНОПРСТ  
АВСDEFGHIJKL MNOPQRST  
1234567890**

Используется для акцентных заголовков.

Open Sans Regular

АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОП  
АВСDEFGHIJKL MNOP  
абвгдеёжзийклмнопрст  
abcdefghijklmnopqrst  
1234567890

Используется для набора основного текста.

Open Sans talic

*АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОП  
АВСDEFGHIJKL MNOP  
абвгдеёжзийклмнопрст  
abcdefghijklmnopqrst  
1234567890*

Используется для подзаголовков и выделения информации в основном текстовом сообщении.

**🔗 Файлы для производства**  
Фирменные шрифты  
[MD\\_bisines\\_guide\\_CD/Fonts](#)

**⚠️** Для воспроизведения следует использовать только оригинальные версии макетов, находящиеся в Электронной библиотеке бренда «Мой бизнес»

## 07.04 ШРИФТОВАЯ СХЕМА

### ТИПОГРАФИКА. ПРИМЕРЫ

В имиджевой рекламе и рекламе услуг всегда используется основная группа шрифтов — Circe MD и PT Sans.

Для печати фирменного бланка приказа используется дополнительная группа шрифтов Arial.

#### Основные шрифты

- 1 Основное рекламное сообщение: Шрифт — Circe MD Extra Bold, размер кегля шрифта — 108 pt, интерлиньяж — 108 pt.
- 2 Поясняющий текст: Шрифт — PT Sans, размер кегля шрифта — 48 pt, интерлиньяж — 54 pt. возможно выделение отдельных слов в текстовом сообщении с помощью гарнитуры PT Sans Bold
- 3 Адрес сайта: шрифт PT Sans Italic, размер кегля шрифта — 48 pt, интерлиньяж — 48 pt.
- 4 Номер телефона: шрифт — Circe MD Bold, размер шрифта — 84 pt, интерлиньяж — 84 pt.
- 5 Позиционирующий слоган. Шрифт — PT Sans Regular, размер кегля шрифта — 48 pt, интерлиньяж — 57 pt.
- 6 Пиктограммы групп услуг. Шрифт — PT Sans Italic, размер шрифта — 24 pt, интерлиньяж — 24 pt.

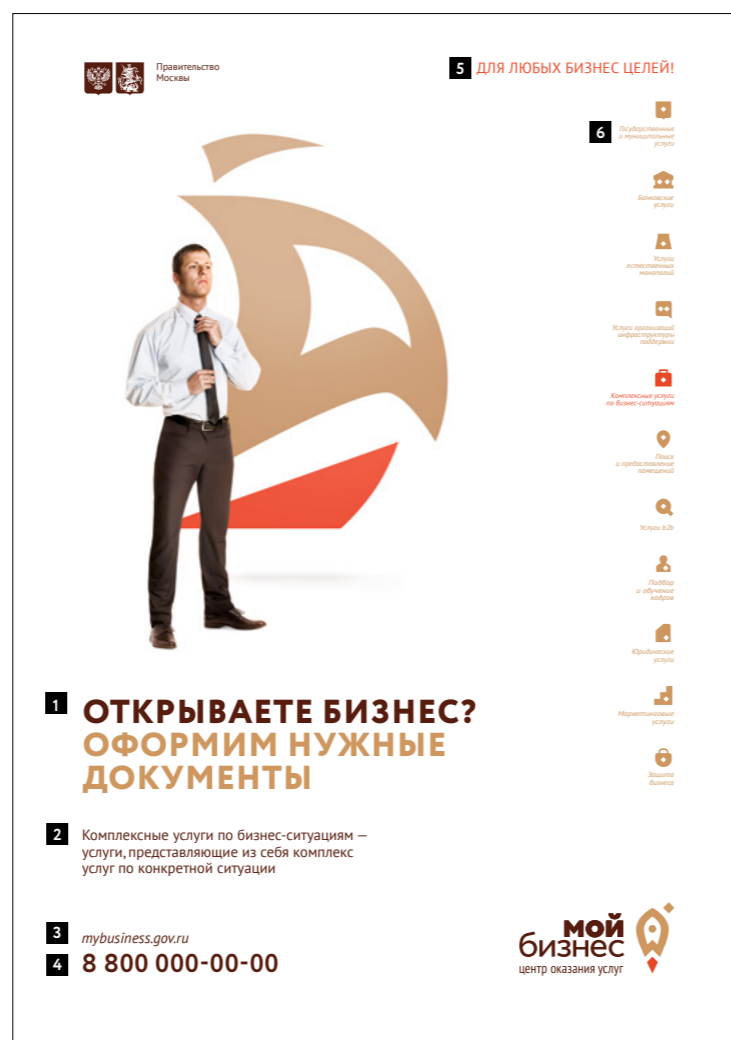


Рис. 1. Имиджевая реклама.  
Плакат интерьерный А0.

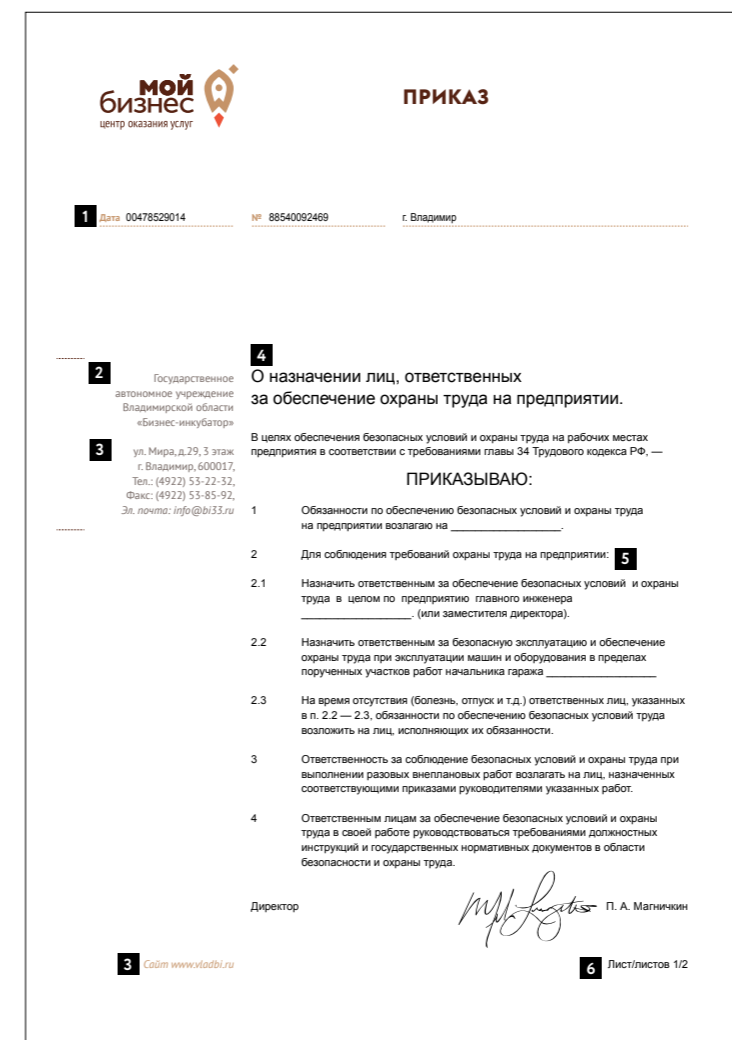


Рис. 2. Деловая документация.  
Бланк приказа А4.

#### Дополнительные шрифты

- 1 Текстовые блоки с номером и датой документа: Arial Regular, размер кегля шрифта — 9 pt, интерлиньяж — 12pt.
- 2 Наименование офисов и центров, адрес отделения: PT Sans Regular, размер кегля шрифта — 12 pt, интерлиньяж — 12 pt.
- 3 Электронная почта и сайт: PT Sans Italic, размер кегля шрифта — 12 pt, интерлиньяж — 12 pt.
- 4 Заголовок документа: Arial Regular, размер кегля шрифта — 14 pt, интерлиньяж — 18 pt.
- 5 Основной текстовый блок: Arial Regular, размер кегля шрифта — 9 pt, интерлиньяж — 12 pt.
- 6 Количество листов в документе: Arial Regular, размер кегля шрифта — 12 pt, интерлиньяж — 12 pt.

🔗 **Файлы для производства**  
Фирменные шрифты  
MD\_bisines\_guide\_CD/Main/Fonts

❗ Для воспроизведения следует использовать только оригинальные версии макетов, находящиеся в Электронной библиотеке бренда «Мой бизнес»



# ГЛАВА 08

## ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА

## 08.01 ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА

### ВИДЫ ПИКТОГРАММ

#### 1 Пиктограммы групп услуг

Символизируют основные виды услуг, за которыми можно обратиться в организацию при разных бизнес-ситуациях. Размещаются как по отдельности, так и вместе — в зависимости от текущего статуса офиса или центра «Мой бизнес» в предоставлении всего необходимого пакета услуг. Пиктограмма услуги, о которой идет речь на макете, выделяется цветом.

В фирменном стиле бренда «Мой бизнес» существует два вида пиктограмм: пиктограммы популярных групп услуг и навигационные пиктограммы. Подробнее о пиктограммах групп услуг см. главу 08.02.

Навигационные пиктограммы используются для навигации в интерьере. Подробнее о навигационных пиктограммах см. главу 08.05.



Рис. 1. Примеры пиктограмм в рекламном макете.



Рис. 2. Пиктограммы популярных групп услуг.

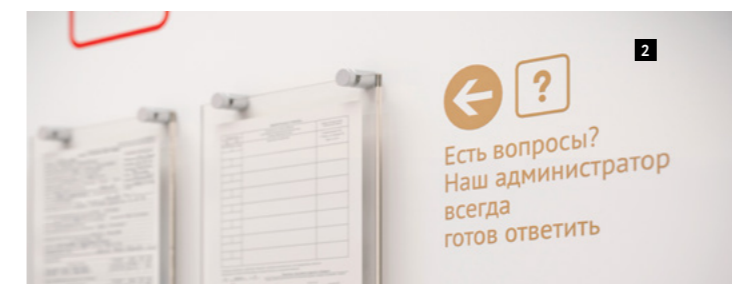


Рис. 3. Пример использования пиктограмм в интерьере.

#### 2 Навигационные пиктограммы

Используются в навигации помещений и офисов.



Рис. 4. Построение пиктограмм.

## 08.02 ПИКТОГРАММЫ ГРУПП УСЛУГ

Пиктограммы символизируют основные группы услуг, за которыми можно обратиться в организацию при разных бизнес-ситуациях. Размещаются как по отдельности, так и вместе – в зависимости от текущего статуса офиса или центра «Мой бизнес» в предоставлении всего необходимого пакета услуг. Пиктограмма группы услуг, о которой идет речь на макете, выделяется цветом.



Государственные и муниципальные услуги



Услуги организаций инфраструктуры поддержки



Банковские услуги



Услуги естественных монополий



Защита бизнеса



Поиск и предоставление помещений



Услуги B2B



Подбор и обучение кадров



Юридические услуги



Маркетинговые услуги



Комплексные услуги по бизнес-ситуациям

Все пиктограммы вписываются в габаритную рамку, которая является вспомогательной для размещения пиктограммы в зоне пиктограмм в рекламном макете. Размер габаритной рамки изменяется пропорционально формату макета.

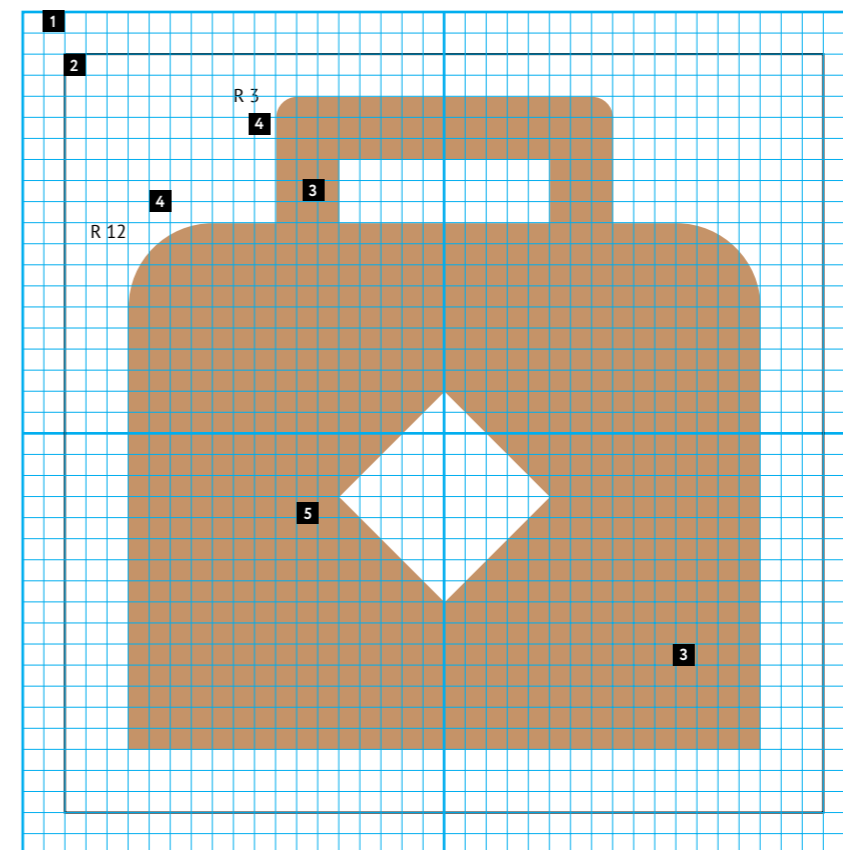


Рис. 1. Построение пиктограмм.

- 1 Модульная сетка**  
Большие пиктограммы групп услуг строятся на основе модульной сетки, которая состоит из 41 модуля по горизонтали и вертикали. Все линии и радиусы в графике пиктограмм следует делать кратными модулю сетки. При необходимости после построения возможно введение оптических компенсаций.
- 2 Габаритная рамка**  
Состоит из 37 линий по горизонтали и 37 линий по вертикали.
- 3 Линии пиктограммы**  
Для построения используются три типа графики: плашечная заливка, ромбический элемент, дополнительная линия. Ромбический элемент. Ширина и высота элемента равны десяти единицам сетки. Дополнительная линия. Ширина линии равна трем единицам сетки.
- 4 Углы и скругления**  
Все скругления должны быть кратны сетке.
- 5 Фирменный элемент**  
Для сохранения стилистического единства в каждой пиктограмме необходимо присутствие фирменного инверсионного элемента в виде ромба.

**⚙️ Файлы для производства**  
Пиктограммы групп услуг  
*MD\_bisines\_guide\_CD/Main/Icon*

**⚠️** Для воспроизведения следует использовать только оригинальные версии макетов, находящиеся в Электронной библиотеке бренда «Мой бизнес»

## 08.03 ПИКТОГРАММЫ ГРУПП УСЛУГ

### РАЗМЕЩЕНИЕ И РАЗМЕР

В рекламе и деловой документации размещаются пиктограммы групп услуг (если формат макета А4 и более).  
в рекламе услуг пиктограммы размещаются в связке с фирменной иллюстрацией.

При размещении пиктограмм групп услуг в макете используйте приведенную на этой странице таблицу размеров. Количество пиктограмм равно количеству пакетов услуг, которые предоставляет конкретный офис или центр «Мой бизнес».

Пиктограммы групп услуг могут быть выравнены по правому краю сетки макета (см.рис. 1).

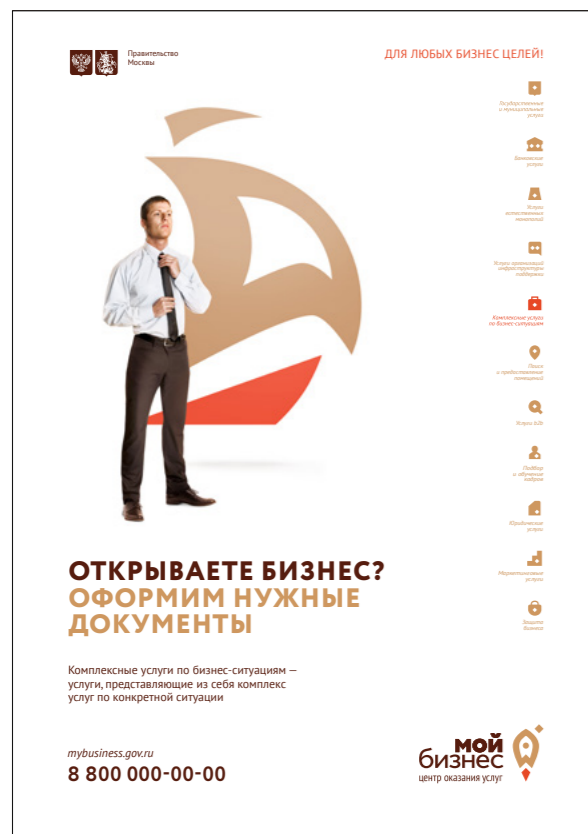


Рис.1. Пиктограммы групп услуг, выравнивание по правому краю макета (реклама услуг).

При размещении пиктограмм групп услуг ориентируйтесь на таблицу размеров.

Формат мм	A4 210×297	A3 297×420	A2 420×594	A1 594×841	A0 841×1189
Ширина и высота габаритной рамки (pt)	18	23	36	46	72
Размер кегля шрифта / интерлиньяж (pt)	6/6	8/9	12/12	15/18	24/24

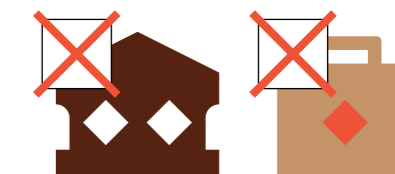
## 08.04 ПИКТОГРАММЫ ГРУПП УСЛУГ

### ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ В ЦВЕТЕ

В рекламных макетах пиктограммы групп услуг окрашены в бежевый (см. рис. 2). Пиктограмма группы услуг, о которой говорится рекламный макет, выделяется красным цветом.



Рис. 2. Пиктограммы групп услуг бежевого цвета на белом фоне (реклама услуг).



Нельзя окрашивать пиктограммы в любые другие цвета, кроме красного и бежевого. Не допускаются любые другие комбинации фирменных цветов, кроме описанных в данном руководстве.

**Файлы для производства**  
Пиктограммы групп услуг  
MD\_bisines\_guide\_CD/Main/Icon

Для воспроизведения следует использовать только оригинальные версии макетов, находящиеся в Электронной библиотеке бренда «Мой бизнес»

## 08.05 НАВИГАЦИОННЫЕ ПИКТОГРАММЫ

Навигационные пиктограммы бренда «Мой бизнес» делятся на три группы: пиктограммы основных и дополнительных сервисов, пиктограммы-стрелки и запретительные пиктограммы. Пиктограммы-стрелки указывают направление движения. Запретительные пиктограммы сообщают о запрещенных действиях.

Рис. 1. Пиктограммы основных и дополнительных сервисов.

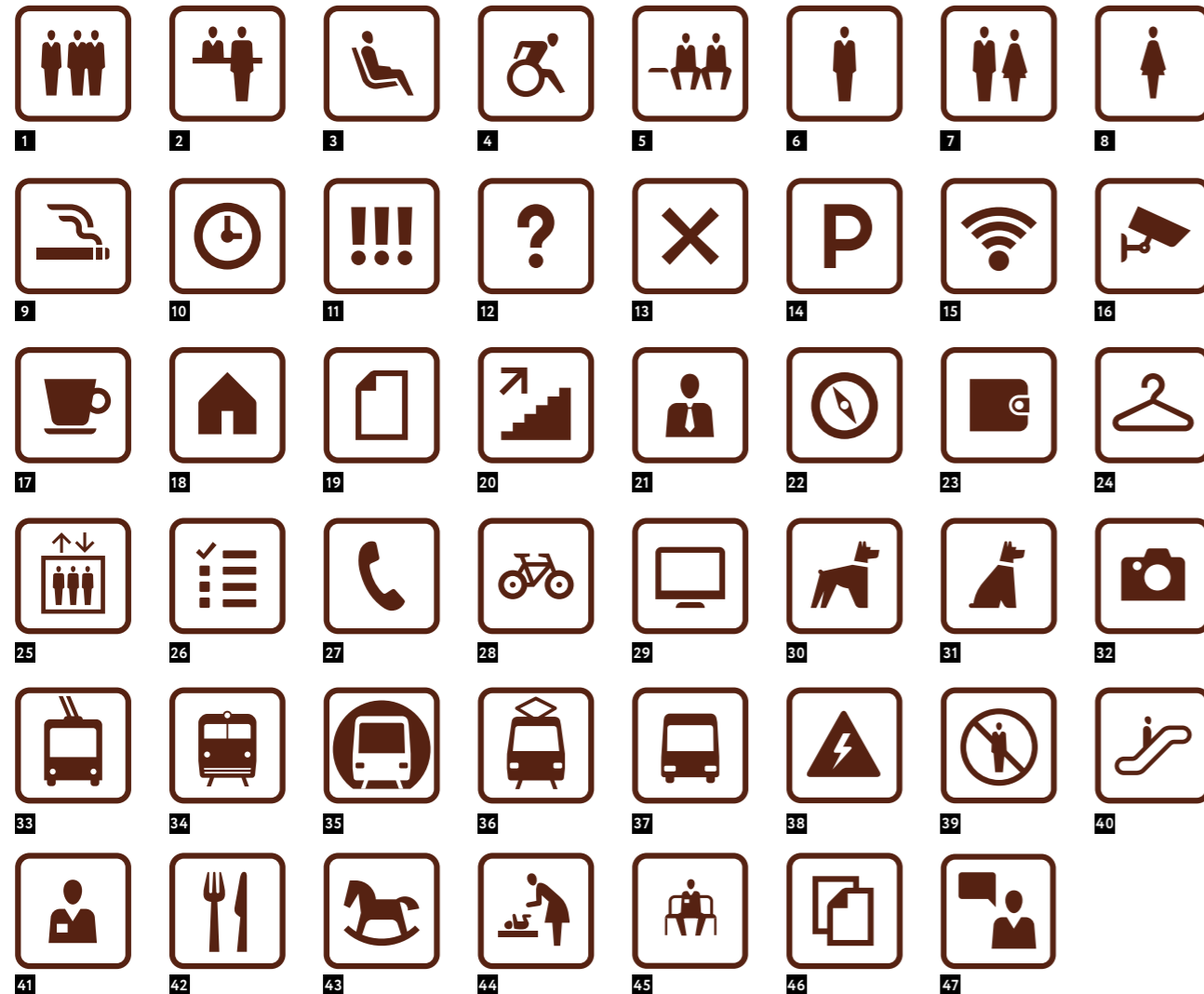


Рис. 2. Пиктограммы-стрелки.



Рис. 3. Запретительные пиктограммы.



Описание значений пиктограмм основных и дополнительных сервисов.

- |    |                              |    |  |    |   |
|----|------------------------------|----|--|----|---|
| 1  | Очередь, электронная очередь | 13 | Нет прохода, отрицание   | 24 | Гардероб  |
| 2  | Услуги, помощь, ресепшн      | 14 | Парковка, стоянка, паркинг                                     | 25 | Лифт для подъема  |
| 3  | Места для ожидания           | 15 | Wi-fi  | 26 | Перечень услуг  |
| 4  | Для инвалидов                | 16 | Видеонаблюдение  | 27 | Телефон   |
| 5  | Места для ожидания           | 17 | Кафе, кофе, чай, кофейный автомат                              | 28 | Велосипед, парковка для велосипедов.                        |
| 6  | Мужской туалет               | 18 | Домой  | 29 | Доступ на портал gosuslugi.ru, доступ в интернет, компьютер |
| 7  | Туалет                       | 19 | Документы, бумаги, бланк                                       | 30 | Собака, вход с собаками                                     |
| 8  | Женский туалет               | 20 | Лестница наверх  | 31 | Место для собак   |
| 9  | Место для курения            | 21 | Руководитель   | 32 | Фотоуслуги, фотография на документы                         |
| 10 | Время, часы работы           | 22 | Показать на карте  | 33 | Троллейбус  |
| 11 | Внимание, важная информация  | 23 | Зона оплаты, кассовый автомат, касса, оплата, банкомат, деньги | 34 | Электричка  |
| 12 | Информация, помощь, вопросы  |    |  | 35 | Метро   |

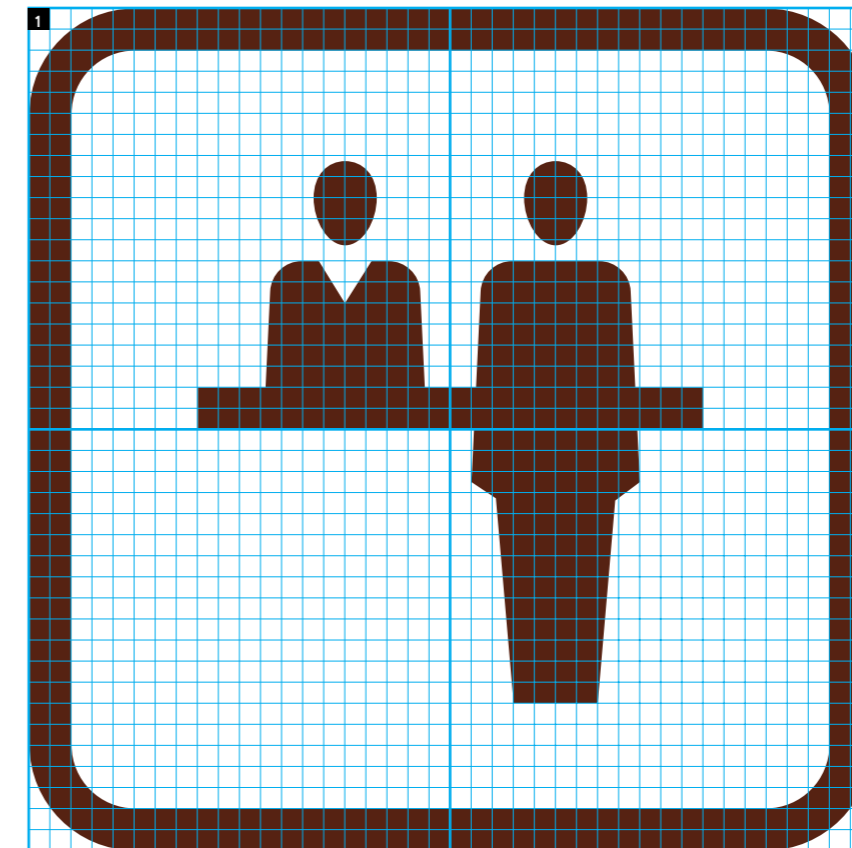


Рис. 4. Построение пиктограмм.

**1 Модульная сетка**  
Навигационные пиктограммы строятся на основе модульной сетки, которая состоит из 41 модуля по горизонтали и вертикали. Все линии и радиусы в графике пиктограмм следует делать кратными модулю сетки. При необходимости после построения возможно введение оптических компенсаций.

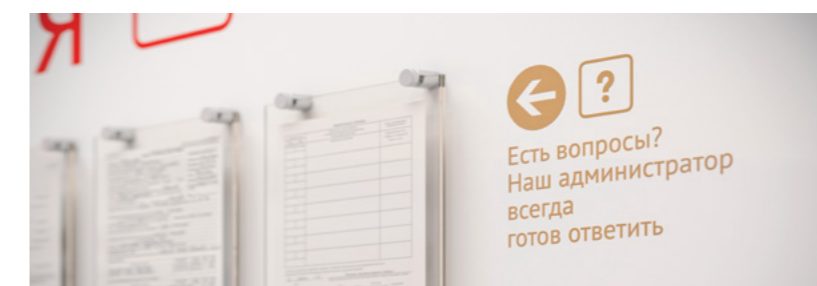


Рис. 5. Пример использования пиктограмм в интерьере.

**🔧 Файлы для производства**  
Навигационные пиктограммы  
MD\_bisines\_guide\_CD/Main/Icon

**1** Для воспроизведения следует использовать только оригинальные версии макетов, находящиеся в Электронной библиотеке бренда «Мой бизнес»

# ГЛАВА 09

## ФОТОИЗОБРАЖЕНИЯ И ИЛЛЮСТРАЦИИ

## 09.01 ФИРМЕННЫЕ КОМПОЗИЦИИ

### РЕКЛАМА ГРУПП УСЛУГ. СТИЛИСТИКА И ПОСТРОЕНИЕ

Фирменные композиции олицетворяют собой конкретные бизнес-ситуации, соответствующие одиннадцати наиболее популярным группам услуг бренда «Мой бизнес».

Все фирменные композиции бизнес-ситуаций состоят из двух частей: фотоизображение и иллюстрация.

Основная идея — взаимодействие реального человека и иллюстрации. Графика не просто располагается за персонажем, а является неотъемлемой частью композиции и участвует в сюжетной линии.

Логика построения композиции — фотоизображение показывает человека, воспользовавшегося сервисом, а иллюстрация олицетворяет эмоциональную сторону бизнес-ситуации: решительность, воодушевленность, движение вперед, гордость, уверенность в успехе.

Основное требование к сюжету иллюстраций — они должны быть метафоричны и одновременно понятны широкому кругу пользователей.

Наличие иллюстрации в макете позволяет сделать акцент на эмоциональной составляющей открытия бизнеса, а не на формальных бюрократических процедурах.

Стилистика иллюстраций основывается на графических приемах, используемых в знаке и стилистике рекламных коммуникаций бренда «Мои Документы» (см. рис. 3).



Рис. 1. Пример фирменной иллюстрации.



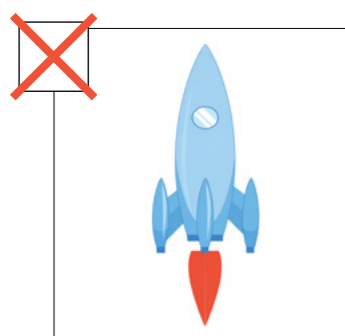
Рис. 2. Знак. Графика.



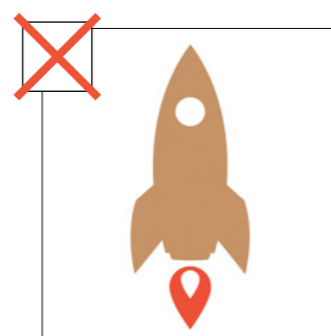
Рис. 3. Пример фирменной композиции.

**Система построения фирменных композиций**  
Обеспечивает стилистическое единство и узнаваемость.

- 1 Фотоизображение**  
Фотоизображение должно иметь собственную падающую тень, а также рефлексы от иллюстрации.
- 2 Иллюстрация**  
Наследует стилистические элементы знака: линейное построение, крупный элемент внизу композиции, выносной элемент наверху. Освещена сверху и имеет собственную падающую тень, а также рефлекс от белого фона.
- 3 Линейная графика**  
Делает графику узнаваемой. Помогает сохранить преемственность с брендом «Мои Документы».
- 4 Акцидентный элемент**  
Уравновешивает композицию.
- 5 Выносной элемент наверху**  
Усиливает ритму с системой построения знака.



Неправильно подобранная иллюстрация. Ракета слишком декоративная и не в фирменных цветах бренда.



Избегайте использования плашечной графики. Иллюстрация должна быть в стилистике бренда и наследовать графические приемы у знака.



Недопустимо использование иных цветов, кроме фирменных.



Избегайте одноцветных иллюстраций.



## 09.02 ФОТОИЗОБРАЖЕНИЯ И ИЛЛЮСТРАЦИИ

### РЕКЛАМА ГРУПП УСЛУГ. СТИЛИСТИКА ФОТОИЗОБРАЖЕНИЙ ДЛЯ ОФИСНЫХ ПРОФЕССИЙ

Существует несколько основных правил подбора фотоизображений для рекламных сюжетов: персонажи должны соответствовать идее рекламного макета, гармонично и пропорционально смотреться, взаимодействуя с фирменной графикой и между собой (если это сюжет).

В рекламе услуг используются только обтравленные фотоизображения людей, сюжетов или предметов на белом фоне. Фотоизображения взаимодействуют с иллюстрациями.



Рис. 1. Пример фотоизображений.

Персонажи размещаются в полный рост. Человек на фотографии должен быть изображен анфас, не допускается перспективное искажение. Допускается использование персонажей в движении. Фотоизображения должны иметь хорошую резкость и правильное освещение.

Обязательны правильное освещение, экспозиция и композиция кадра. Не допускаются «заваленные» тени, недо- и переэкспонированные кадры, неуместные (например, двойные) тени от объектов, неправильный баланс белого, блики в объективе от контрового света и так далее.



Рис. 2. Пример обтравленного фото-изображения.

В регионах со смешанным этническим составом населения (республика Якутия, Чеченская республика и так далее) в визуальных коммуникациях допустимо использовать образы представителей местных народов.

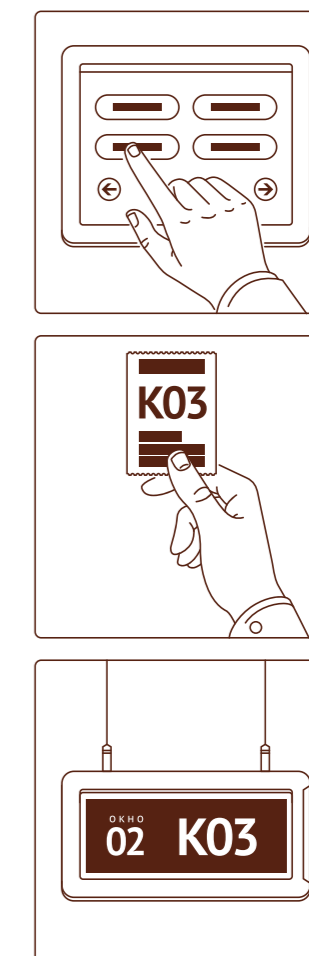


Рис. 3. Пример стилистики иллюстраций.



Неправильно подобранное фотоизображение. Лицо персонажа на фотоизображении нечеткое, засвеченное.



Избегайте использования фотографий, сделанных при вечернем или ночном освещении



Неправильно подобранное фотоизображение. Не допускается использование тонированных фотографий.



## 09.02 ФОТОИЗОБРАЖЕНИЯ И ИЛЛЮСТРАЦИИ

РЕКЛАМА ГРУПП УСЛУГ.  
СТИЛИСТИКА ФОТОИЗОБРАЖЕНИЙ  
ДЛЯ САМОЗАНЯТЫХ ПРОФЕССИЙ

Помимо офисных работников допускается использование людей самозанятых профессий: рестораторы, таксисты, продавцы на рынке, владельцы малого бизнеса.

Фотографии должны быть сюжетными и с выраженной принадлежностью к какому-то одному виду деятельности, профессии должны быть узнаваемыми.

При отсутствии ярковыраженной профессиональной принадлежности в костюме или внешнем виде допускается использование дополнительной атрибутики и объектов в композиции (см. рис. 1).

Люди на фотографиях должны выглядеть доброжелательно и улычиво, но не допускается излишняя эмоциональность и жестикуляция.



Рис. 1. Пример фотоизображений с дополнительным реквизитом в композиции.

Рис. 2. Пример фотоизображений с ярковыраженной профессиональной принадлежностью.



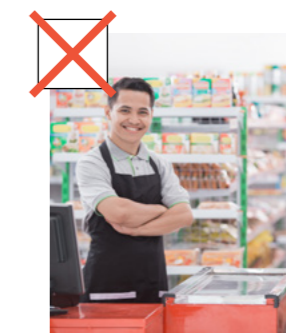
Неправильно подобранное фотоизображение. Люди на фото не должны иметь выраженную символическую жестикуляцию: жесты «гуд», «окей» и так далее.



Избегайте использования фотографий с неуместной эмоциональностью.



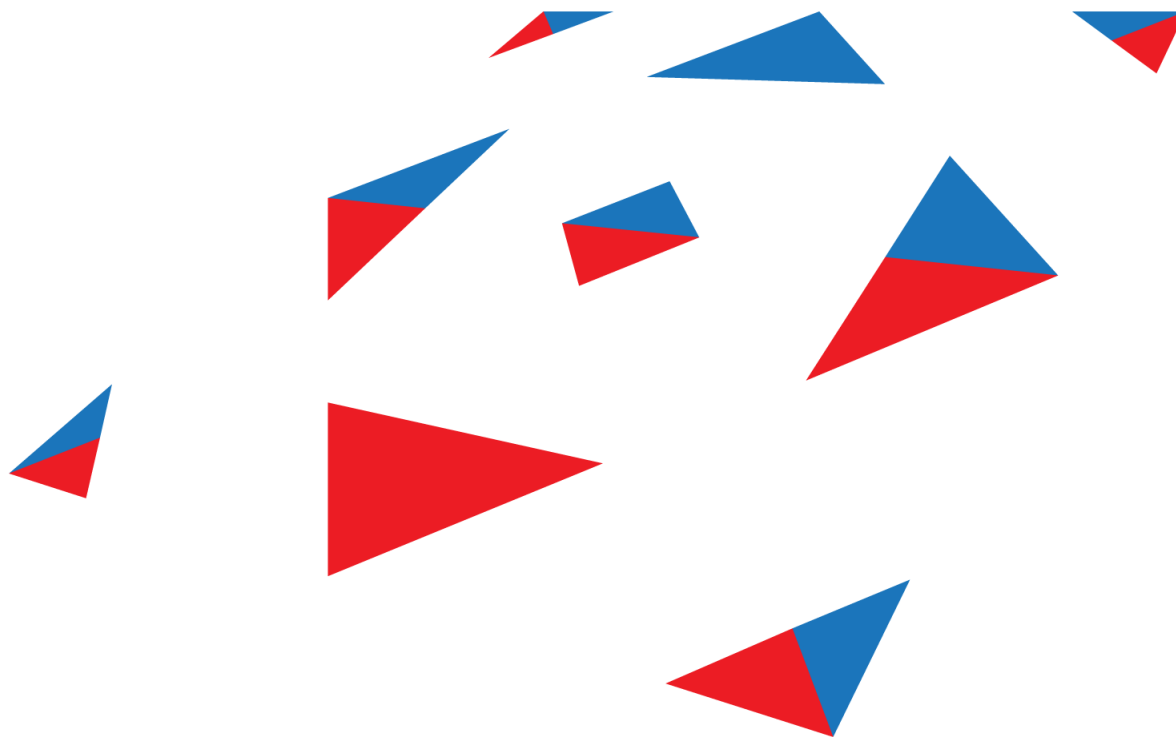
Неправильно подобранное фотоизображение. Не допускаются перспективные искажения.



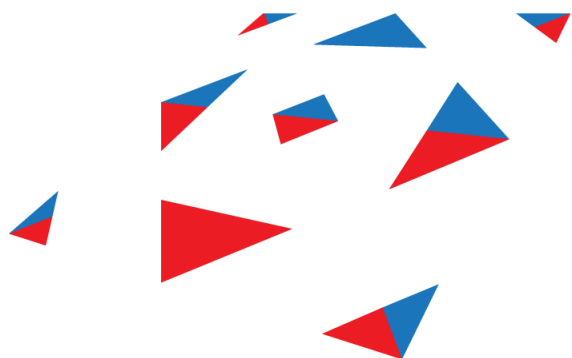
Избегайте использования фотографий людей на сложном, дробном фоне, в интерьере.







Знак представляет собой композицию, отсылающую к образу компаса как символу открытости всем сторонам света. Сильный ракурс придает знаку ощущение объема и одновременно — перспективы. Цветовое решение переключается с цветами российского флага, что служит маркером государственной «природы» организации.



# РОССИЙСКИЙ ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР

Логотип является центральным элементом системы идентификации Российского экспортного центра.

①

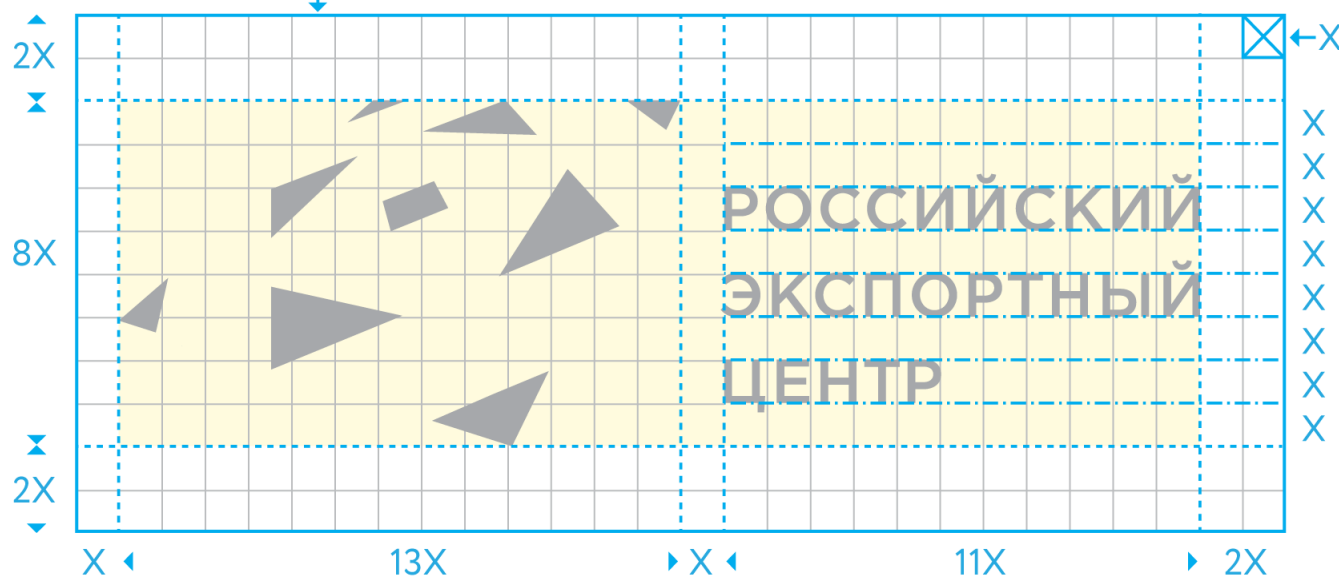
Самостоятельное построение логотипа не допускается. Во всех случаях должны использоваться прилагаемые файлы. Не допускается изменение пропорций логотипа или его отдельных элементов. Не допускается изменение цветов логотипа и нарушение охранных полей. Возможно использование исключительно вариантов начертаний и цвета логотипа, представленных в этом руководстве.

При выборе горизонтального либо вертикального блока следует руководствоваться характером формата и задачами композиции каждого конкретного носителя.

②

1. общий вид;
2. принципы построения.

Минимальные охранные поля





1

Логотип является центральным элементом системы идентификации Российского экспортного центра.

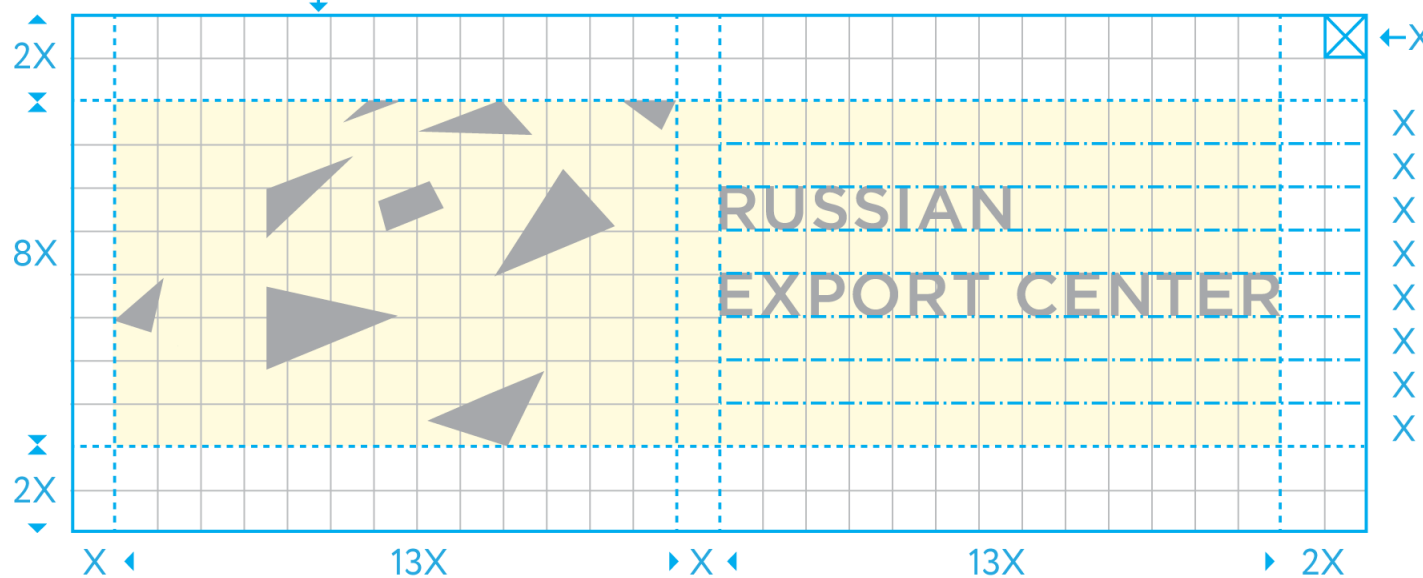
Самостоятельное построение логотипа не допускается. Во всех случаях должны использоваться прилагаемые файлы. Не допускается изменение пропорций логотипа или его отдельных элементов. Не допускается изменение цветов логотипа и нарушение охранных полей. Возможно использование исключительно вариантов начертаний и цвета логотипа, представленных в этом руководстве.

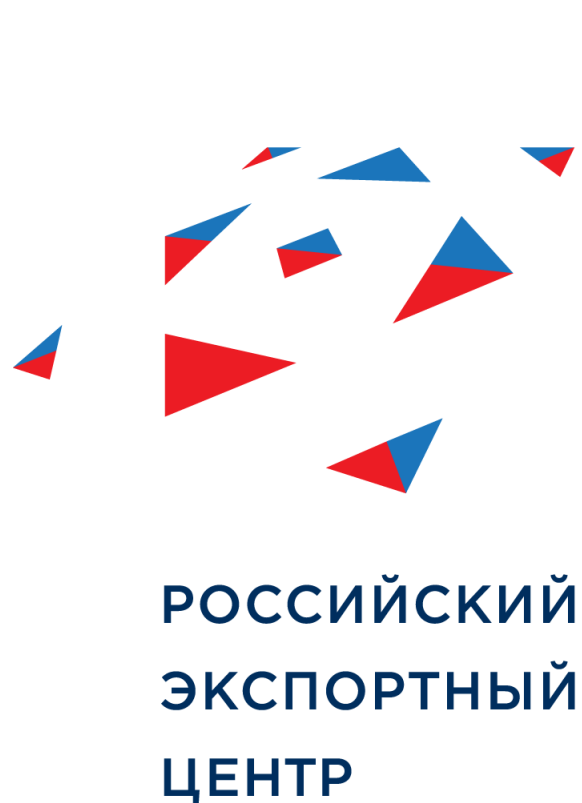
При выборе горизонтального либо вертикального блока следует руководствоваться характером формата и задачами композиции каждого конкретного носителя.

- 1. общий вид;
- 2. принципы построения.

2

Минимальные охранные поля





1



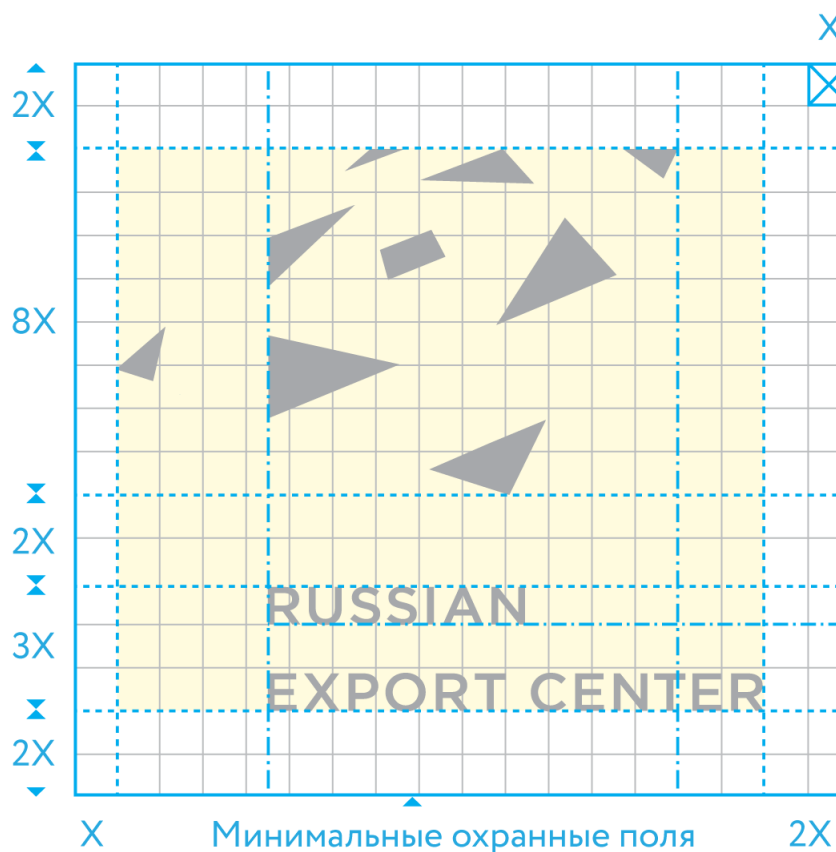
2

Логотип является центральным элементом системы идентификации Российского экспортного центра.

Самостоятельное построение логотипа не допускается. Во всех случаях должны использоваться прилагаемые файлы. Не допускается изменение пропорций логотипа или его отдельных элементов. Не допускается изменение цветов логотипа и нарушение охранных полей. Возможно использование исключительно вариантов начертаний и цвета логотипа, представленных в этом руководстве.

При выборе горизонтального либо вертикального блока следует руководствоваться характером формата и задачами композиции каждого конкретного носителя.

1. общий вид;
2. принципы построения.



Логотип является центральным элементом системы идентификации Российского экспортного центра.

Самостоятельное построение логотипа не допускается. Во всех случаях должны использоваться прилагаемые файлы. Не допускается изменение пропорций логотипа или его отдельных элементов. Не допускается изменение цветов логотипа и нарушение охранных полей. Возможно использование исключительно вариантов начертаний и цвета логотипа, представленных в этом руководстве.

При выборе горизонтального либо вертикального блока следует руководствоваться характером формата и задачами композиции каждого конкретного носителя.

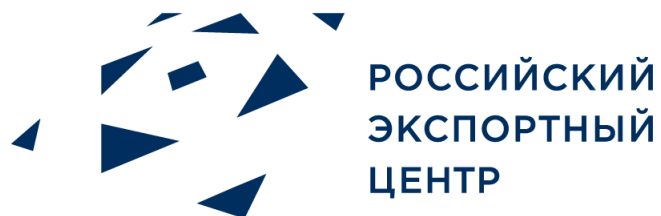
1. общий вид;
2. принципы построения.

1

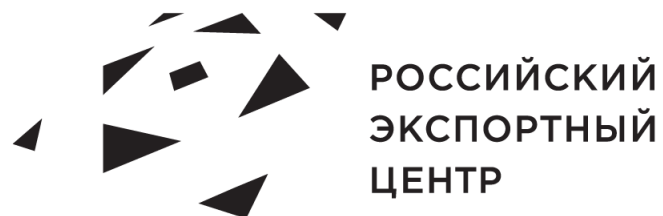
2



①



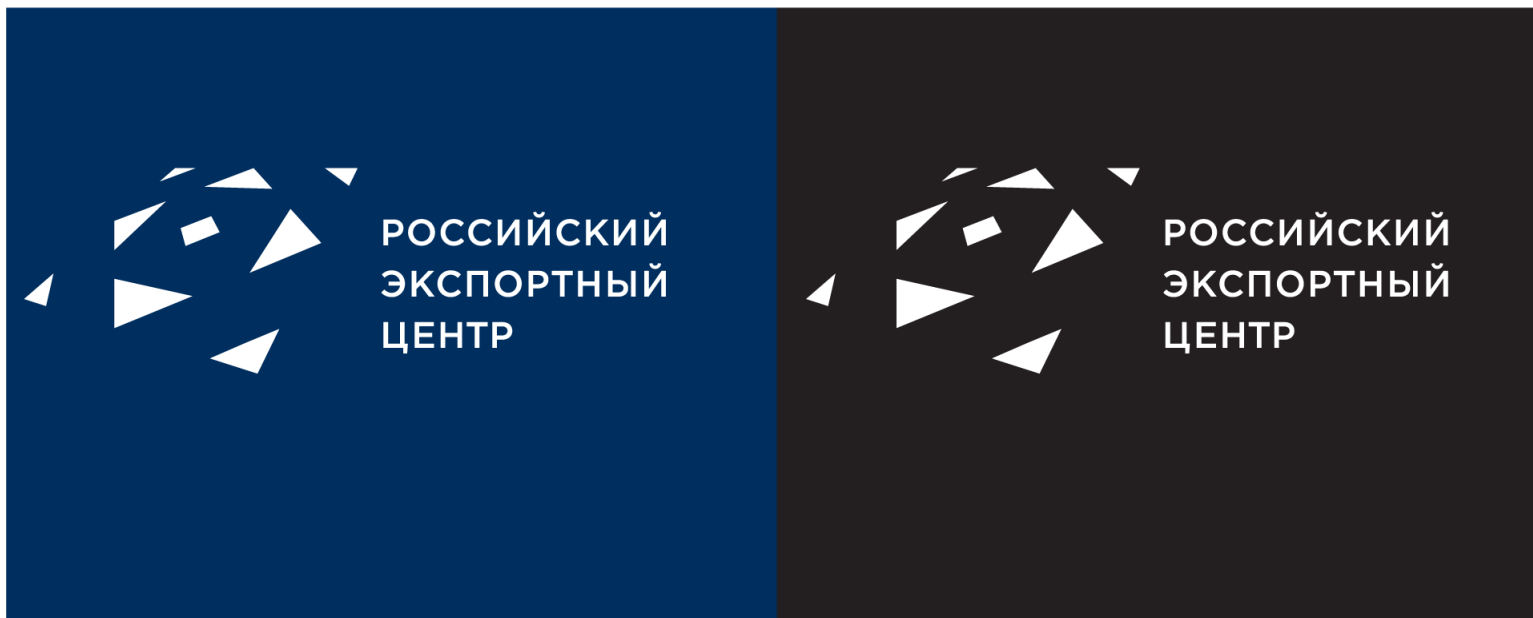
②



В случае невозможного либо нежелательного полноцветного воспроизведения логотипа рекомендуется использование монохромной версии (1) темно-синего корпоративного цвета (СМУК: 60, 0, 0, 60). Следует помнить, что полноцветная версия логотипа является основной и во всех случаях стремиться использовать её.

В случае "бесцветного" воспроизведения логотипа, например, лазерная гравировка на металле, тиснение и т.п. используется черно-белая версия (2).

При выборе горизонтального либо вертикального блока следует руководствоваться характером формата и задачами композиции каждого конкретного носителя.



1



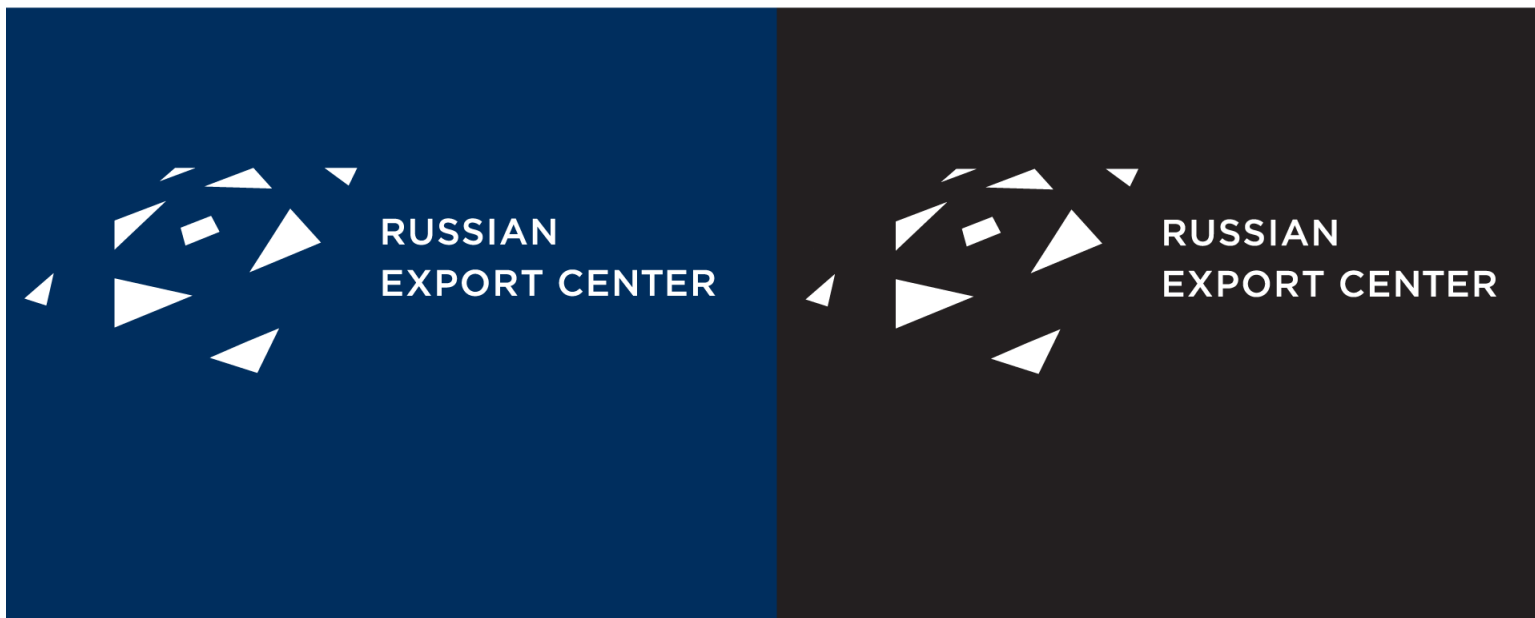
2



В случае невозможного либо нежелательного полноцветного воспроизведения логотипа рекомендуется использование монохромной версии (1) темно-синего корпоративного цвета (СМУК: 60, 0, 0, 60). Следует помнить, что полноцветная версия логотипа является основной и во всех случаях стремиться использовать её.

В случае "бесцветного" воспроизведения логотипа, например, лазерная гравировка на металле, тиснение и т.п. используется черно-белая версия (2).

При выборе горизонтального либо вертикального блока следует руководствоваться характером формата и задачами композиции каждого конкретного носителя.

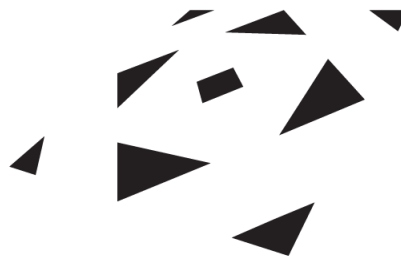


1



РОССИЙСКИЙ  
ЭКСПОРТНЫЙ  
ЦЕНТР

2



РОССИЙСКИЙ  
ЭКСПОРТНЫЙ  
ЦЕНТР

В случае невозможного либо нежелательного полноцветного воспроизведения логотипа рекомендуется использование монохромной версии (1) темно-синего корпоративного цвета (СМУК: 60, 0, 0, 60). Следует помнить, что полноцветная версия логотипа является основной и во всех случаях стремиться использовать её.

В случае "бесцветного" воспроизведения логотипа, например, лазерная гравировка на металле, тиснение и т.п. используется черно-белая версия (2).

При выборе горизонтального либо вертикального блока следует руководствоваться характером формата и задачами композиции каждого конкретного носителя.



1



2

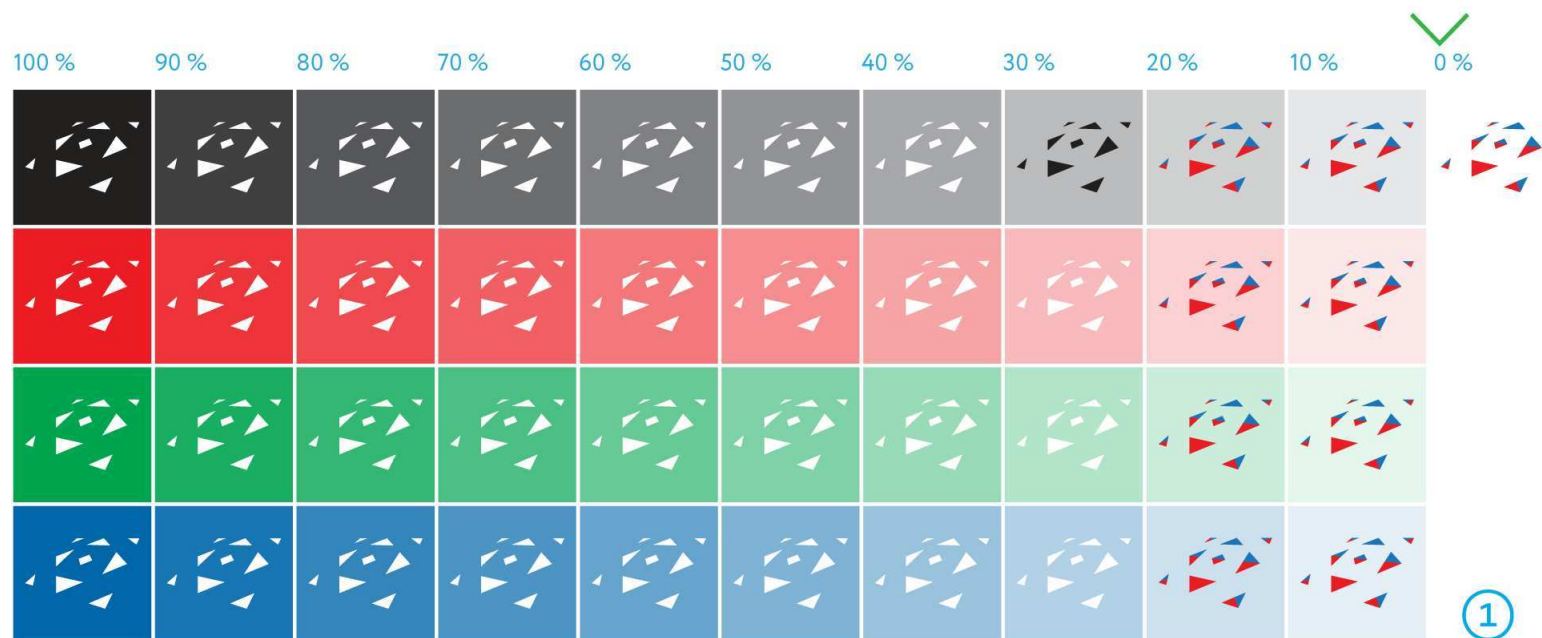


В случае невозможного либо нежелательного полноцветного воспроизведения логотипа рекомендуется использование монохромной версии (1) темно-синего корпоративного цвета (СМУК: 60, 0, 0, 60). Следует помнить, что полноцветная версия логотипа является основной и во всех случаях стремиться использовать её.

В случае "бесцветного" воспроизведения логотипа, например, лазерная гравировка на металле, тиснение и т.п. используется черно-белая версия (2).

При выборе горизонтального либо вертикального блока следует руководствоваться характером формата и задачами композиции каждого конкретного носителя.





Основной корпоративный цвет фона — белый. В том случае, если использовать белый фон невозможно (например, при ко-брендинговом размещении, на фонах, технически не подлежащих окрашиванию) на примере 1 показаны принципы выбора прямого либо инверсного начертания в зависимости от насыщенности фона.

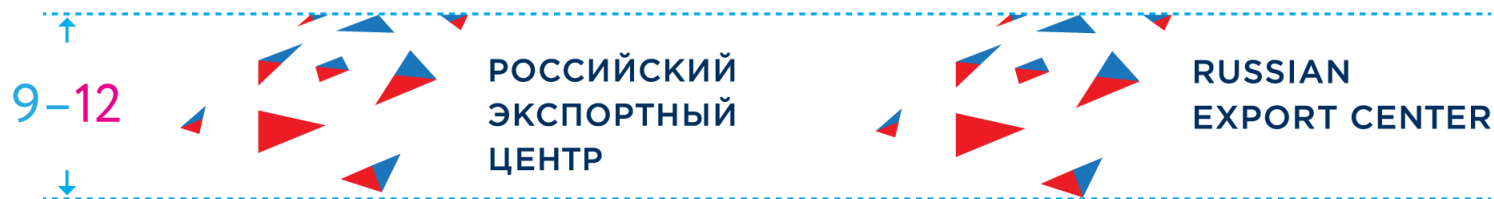
Не разрешается размещать логотип на сложных фонах (иллюстрациях, фотографиях, орнаментах и пр. (2)), за исключением случаев, когда четкое восприятие логотипа полностью гарантировано.



2

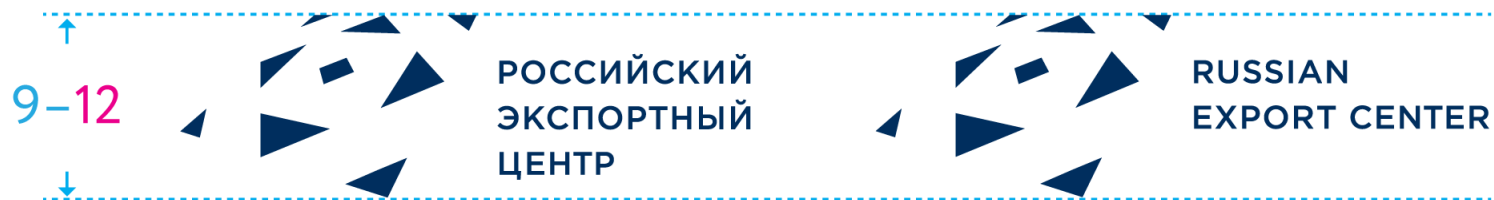


3



Минимально допустимые размеры воспроизведения логотипа представлены здесь в качестве рекомендации. Следует учитывать, что качество воспроизведения логотипа зависит не только от технологии нанесения (офсетный, трафаретный, цифровой способы печати и пр.) но и от материала: фактуры и типа бумаги, пластика, металла, ткани и др.

Размеры приведены в мм.



офсетная печать / трафаретная печать



Минимально допустимые размеры воспроизведения логотипа представлены здесь в качестве рекомендации. Следует учитывать, что качество воспроизведения логотипа зависит не только от технологии нанесения (офсетный, трафаретный, цифровой способы печати и пр.) но и от материала: фактуры и типа бумаги, пластика, металла, ткани и др.

Размеры приведены в мм.

офсетная печать / трафаретная печать

ЦВЕТ	СИСТЕМА	№
Синий	RAL	260 40 45 (D2)
	PANTONE	2935 C, M / 300 Uncoated
	CMYK	85, 50, 0, 0
	RGB	28, 117, 188
	#	1c75bc
	3M	Sky Blue 100-415 / SC 3630-167 Br. Bl. (Translucent)
Красный	RAL	3028 Reinrot
	PANTONE	1795 C, M / 2035 Uncoated
	CMYK	0, 100, 100, 0
	RGB	237, 28, 36
	#	ed1c24
	3M	Light Red 100-368 / SC 3630-33 Red (Translucent)
Темно-синий	RAL	5013 Kobaltblau
	PANTONE	655 C, M / 289 Uncoated
	CMYK	100, 60, 0, 60
	RGB	0, 46, 94
	#	002e5e
	3M	100-724 Light Navy

## NB:

RAL – порошковая окраска металла, трафаретная печать.  
 Pantone – офсетная и трафаретная печать.  
 Coated (C) – мелованная глянцевая бумага.  
 Coated (M) – мелованная матовая бумага.  
 Uncoated (U) – немелованная (офсетная бумага).  
 CMYK – четырехкрасочная печать на бумаге.  
 RGB, # – интернет и проч. digital media.  
 3M – самоклеящаяся пленка.

Необходимо помнить, что точность цветопроизведения и цветоприятия зависит от многих факторов, например:

- от условий освещения;
- от цветового окружения;
- от физических размеров поверхности;
- от материала и фактуры поверхности.

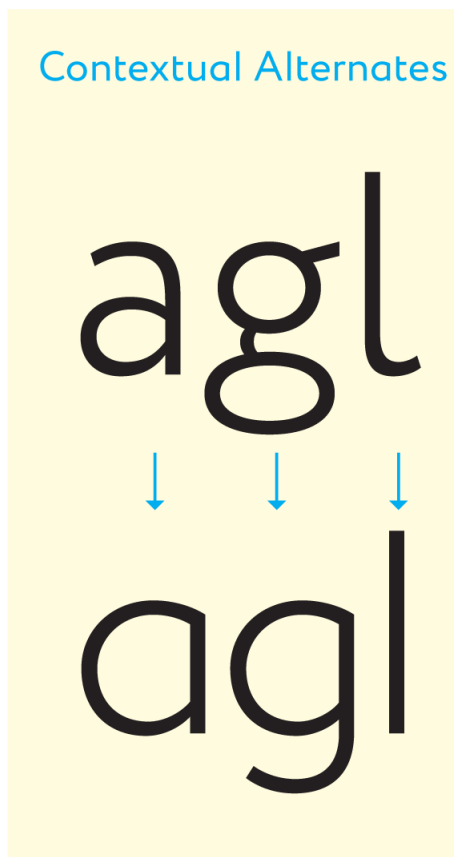


## Основной корпоративный шрифт

Circe Thin  
Circe Extra Light  
Circe Light  
Circe Regular  
**Circe Bold**  
**Circe Extra Bold**

## Альтернативные шрифты

Helvetica / Arial



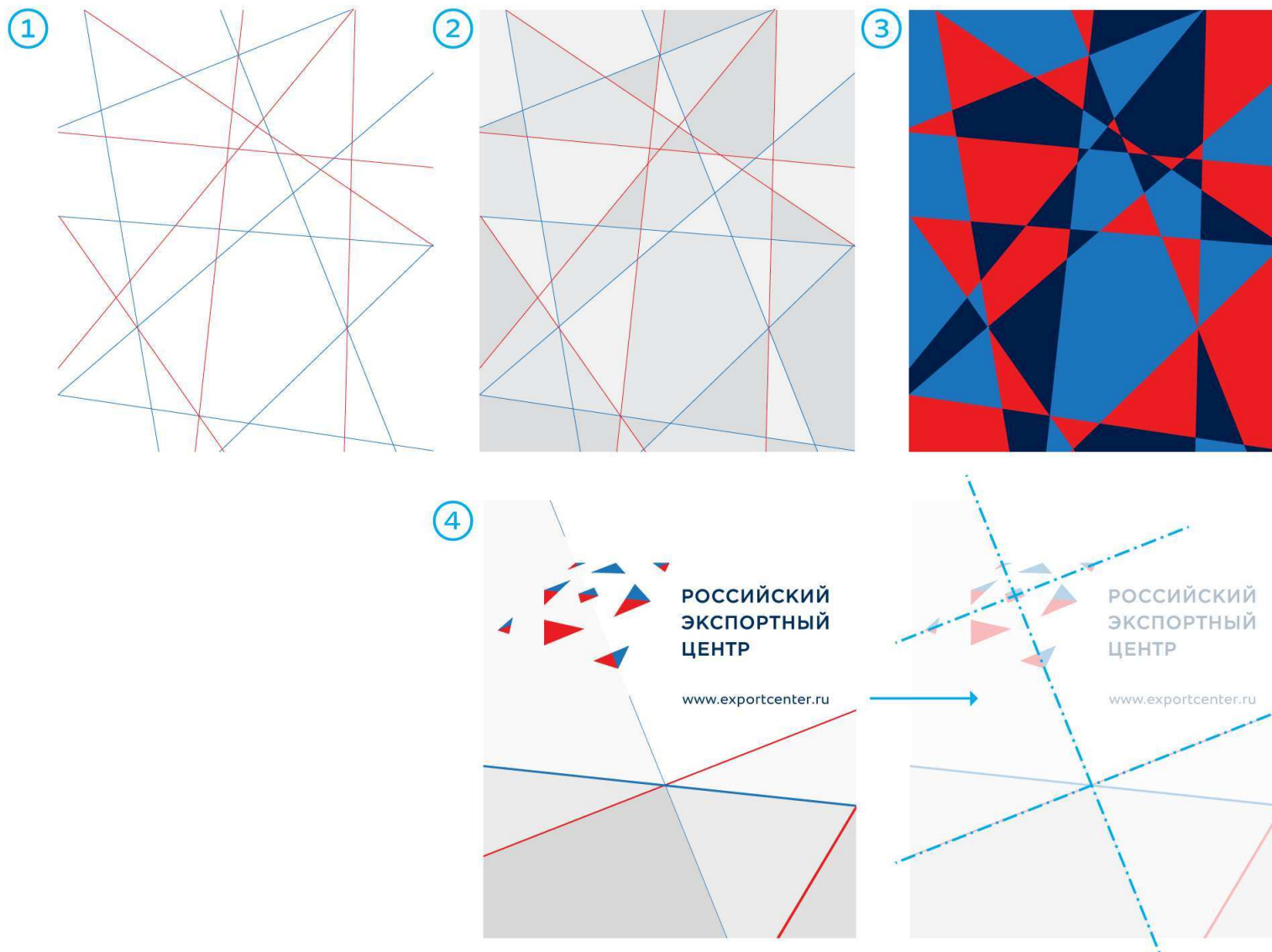
Использование корпоративного шрифта во всех видах коммуникаций — важнейший компонент идентификации бренда. Корпоративный шрифт Русского экспортного центра — Circe.

Официальный поставщик:

**ParaType**

Компания "Паратайп"

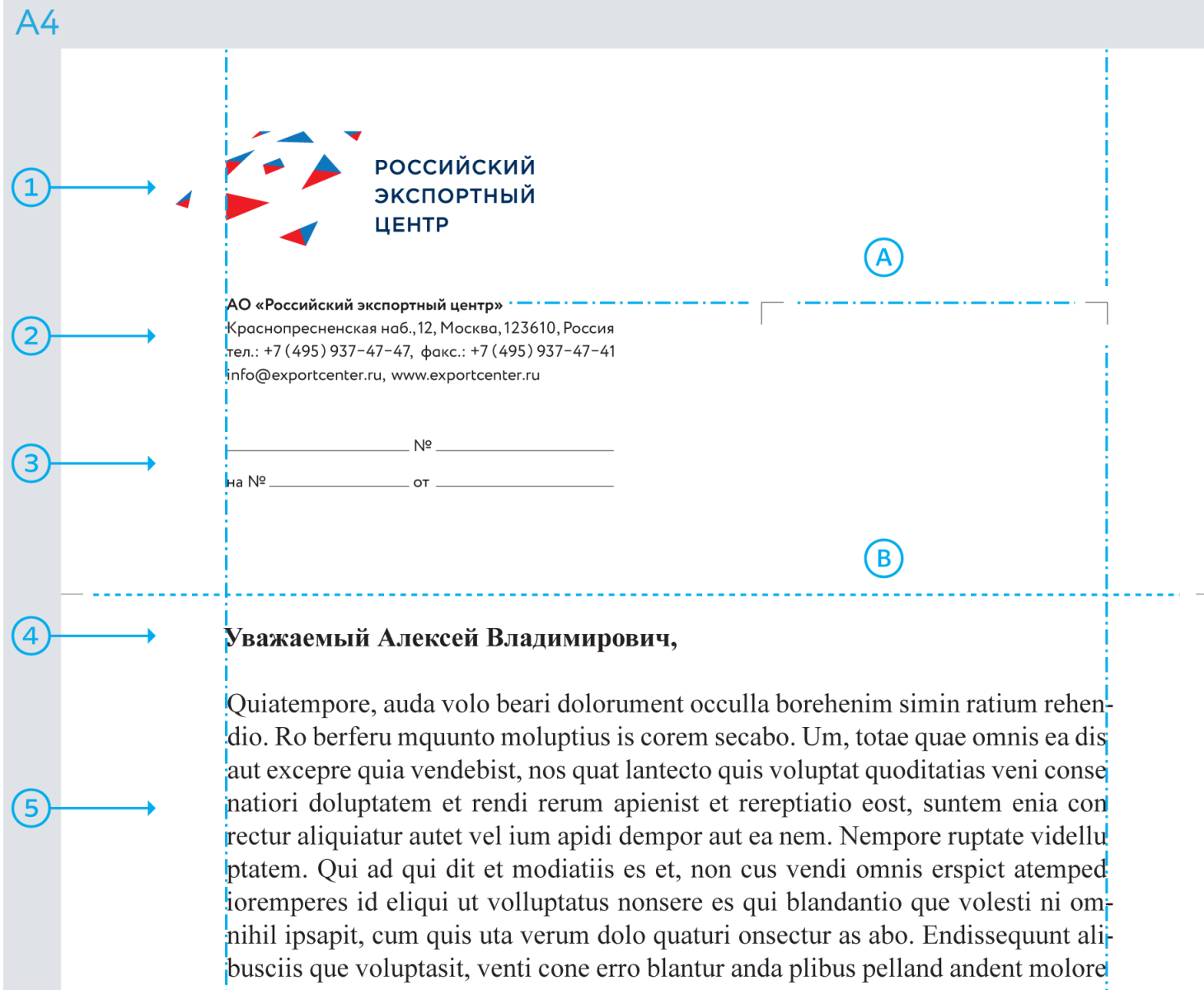
В случае, если по техническим причинам использование корпоративного шрифта невозможно, допускается его замена на шрифт Helvetica или Arial (в порядке приоритета)



На этой странице представлены основные варианты корпоративного паттерна (1–3), который может быть использован при оформлении элементов деловой документации, информационных и презентационных материалов (цифровых и аналоговых), а также в дизайне среды и оформлении интерьера. Паттерн может произвольно фрагментироваться, его масштаб и объем присутствия в каждом случае определяется индивидуально.

Паттерн может выполнять как декоративные функции, так и защитные (напр. при запечатке внутренней поверхности конверта и пр.).

В случае, когда паттерн совмещен с логотипом (4) следует обращать внимание на совпадение их ритмических осей. Также в этом случае действуют все правила, изложенные в п.1.2.9.



Представленные здесь и далее бланки можно скачать в формате Word. Самостоятельное воспроизведение бланков не разрешается, во всех случаях необходимо использовать электронные версии из этого руководства.

Угловой бланк имеет следующие основные поля:

1. Поле логотипа;
2. адресный блок: Circe Regular/Bold 8,5/12 pt.,
3. поле нумерации и датировки,
4. обращение: Times New Roman Bold 14 pt.,
5. поле текста: Times New Roman 14/17 pt.

**A** — оси выравнивания элементов верстки,  
**B** — линия (и метки) сгиба до формата "Евро".

Оригинал-макет для воспроизведения офсетной печатью можно скачать в формате EPS.

A4



**Russian Export Center JSC**  
 12, Krasnopresnenskaya nab., Moscow, 123610, Russia  
 tel.: +7 (495) 937-47-47, fax.: +7 (495) 937-47-41  
 info@exportcenter.ru, www.exportcenter.ru

\_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_  
 to No \_\_\_\_\_ of \_\_\_\_\_

**Dear Alexey,**

Quiatempore, auda volo beari dolorument occulla borehenim simin ratiium rehen-  
 dio. Ro berferu mquanto moluptius is corem secabo. Um, totae quae omnis ea dis  
 aut excepre quia vendebist, nos quat lantecto quis voluptat quoditatas veni conse  
 natori doluptatem et rendi rerum apienist et rereptatio eost, suntem enia con  
 rectur aliquiatur autet vel ium apidi dempor aut ea nem. Nempore ruptate videllu  
 ptatem. Qui ad qui dit et modiatiiis es et, non cus vendi omnis erspict atemped  
 ioremperes id eliqui ut volluptatus nonsere es qui blandantio que volesti ni om-  
 nihil ipsapit, cum quis uta verum dolo quaturi onsectur as abo. Endissequunt ali-  
 busciis que voluptasit, venti cone erro blantur anda plibus pelland andent molore

Английский вариант бланка верстается аналогично русскому.

Оригинал-макет для воспроизведения офсетной печатью можно скачать в формате EPS.

A4

**РОССИЙСКИЙ  
ЭКСПОРТНЫЙ  
ЦЕНТР**

Генеральный директор

АО «Российский экспортный центр»  
Краснопресненская наб., 12, Москва, 123610, Россия  
тел.: +7 (495) 937-47-47, факс.: +7 (495) 937-47-41  
info@exportcenter.ru, www.exportcenter.ru

№ \_\_\_\_\_  
на № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

**Уважаемый Алексей Владимирович,**

Quiatempore, auda volo beari dolorument occulla borehenim simin rarium rehen-  
dio. Ro berferu mquanto moluptius is corem secabo. Um, totae quae omnis ea dis  
aut excepre quia vendebist, nos quat lantecto quis voluptat quoditatas veni conse  
natori doluptatem et rendi rerum apienist et rereptatio eost, suntem enia con  
rectur aliquiatur autet vel ium apidi dempor aut ea nem. Nempore ruptate videllu  
ptatem. Qui ad qui dit et modiatiiis es et, non cus vendi omnis erspict atemped  
ioremperes id eliqui ut volluptatus nonsere es qui blandantio que volesti ni om-  
nihil ipsapit, cum quis uta verum dolo quaturi onsectur as abo. Endissequunt ali-  
busciis que voluptasit, venti cone erro blantur anda plibus pelland andent molore

**Бланк генерального директора  
имеет следующие основные поля:**

1. Поле логотипа;
2. поле заголовка: Circe Regular 12 pt.,
3. адресный блок: Circe Regular/Bold 8,5/12 pt.,
4. поле нумерации и датировки,
5. обращение: Times New Roman Bold 14 pt.,
6. поле текста: Times New Roman 14/17 pt.

**A** — оси выравнивания элементов верстки,  
**B** — линия (и метки) сгиба до формата "Евро".

Оригинал-макет для воспроизведения офсетной печатью можно скачать в формате EPS.

A4



### Chief Executive Officer

#### Russian Export Center JSC

12, Krasnopresnenskaya nab., Moscow, 123610, Russia  
 tel.: +7 (495) 937-47-47, fax.: +7 (495) 937-47-41  
 info@exportcenter.ru, www.exportcenter.ru

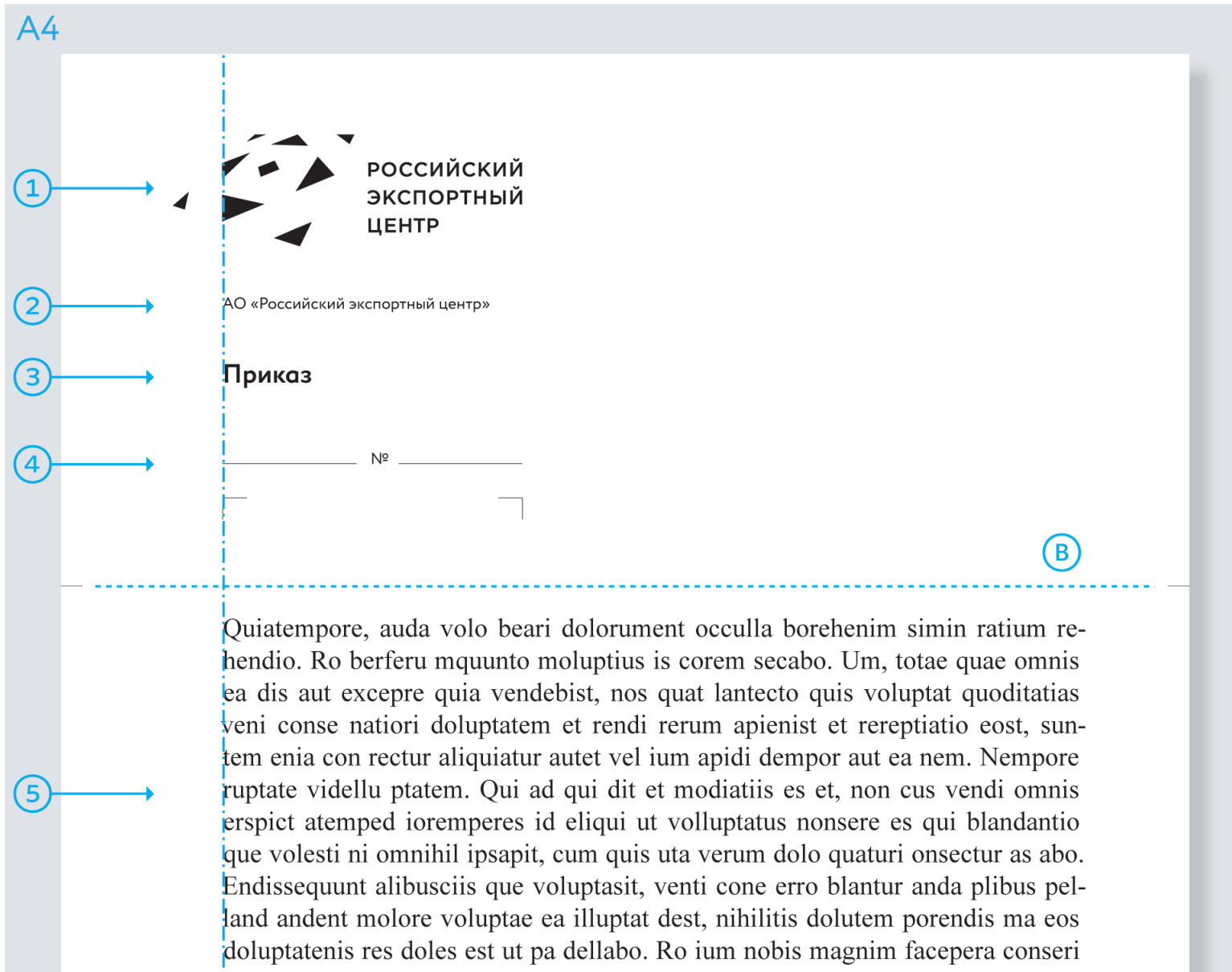
\_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_  
 to No \_\_\_\_\_ of \_\_\_\_\_

**Dear Alexey,**

Quiatempore, auda volo beari dolorument occulla borehenim simin ratiium rehen-  
 dio. Ro berferu mquunto moluptius is corem secabo. Um, totae quae omnis ea dis  
 aut excepre quia vendebist, nos quat lantecto quis voluptat quoditatas veni conse  
 natori doluptatem et rendi rerum apienist et rereptatio eost, suntem enia con  
 rectur aliquiatur autet vel ium apidi dempor aut ea nem. Nempore ruptate videllu  
 ptatem. Qui ad qui dit et modiatiiis es et, non cus vendi omnis erspict atemped  
 ioremperes id eliqui ut volluptatus nonsere es qui blandantio que volesti ni om-  
 nihil ipsapit, cum quis uta verum dolo quaturi onsectur as abo. Endissequunt ali-  
 busciis que voluptasit, venti cone erro blantur anda plibus pelland andent molore

Английский вариант бланка верстается аналогично русскому.

Оригинал-макет для воспроизведения офсетной печатью можно скачать в формате EPS.



**Бланк приказа имеет следующие основные поля:**

1. Поле логотипа;
2. поле юр. лица: Circe Regular 8,5 pt.,
3. приказа: Circe Bold 14 pt.,
4. поле нумерации и датировки,
5. поле текста: Times New Roman 14/17 pt.

**B** — линия (и метки) сгиба до формата "Евро".

ГОСТ Р 51506-99



**RUSSIAN  
EXPORT CENTER**

Russian Export Center JSC  
12, Krasnopresnenskaya nab.,  
Moscow, 123610, Russia



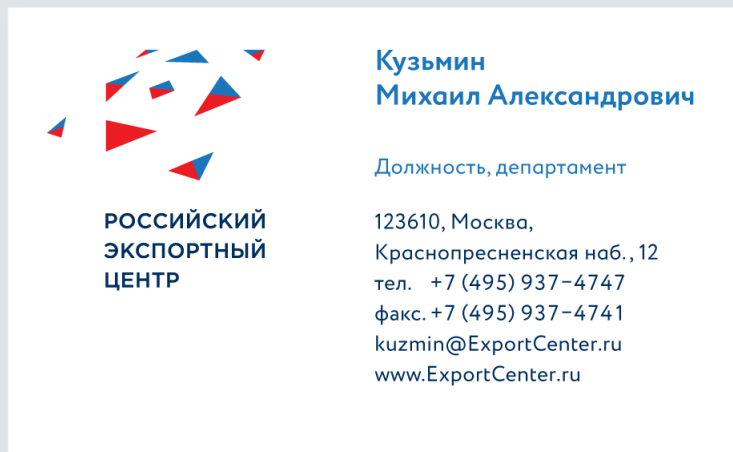
E65



C4



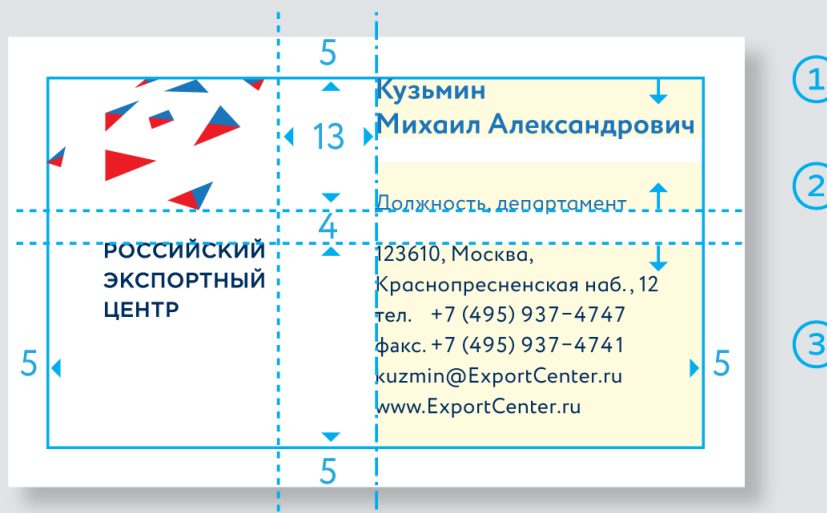
90 x 55 мм



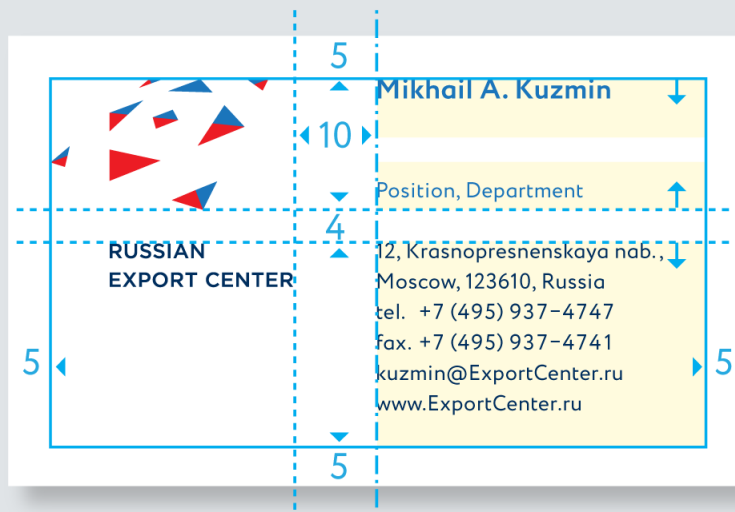
- Функциональные поля визитной карточки:
1. ФИО: Circe Bold 10/12 pt. (синий), разрядка 10;
  2. должность: Circe Regular 7,5/10 pt. (синий), разрядка 20;
  3. реквизиты: Circe Regular 7,5/11 pt. (темно-синий), разрядка 20;

МАТЕРИАЛЫ И ТЕХНОЛОГИИ

Для наилучшего качества воспроизведения и необходимых тактильных свойств рекомендуется воспроизведение офсетной печатью (не цифровой) на бумаге типа Pergaphica (Smooth High White) плотностью 300–350 г/кв.м.



90 x 55 мм

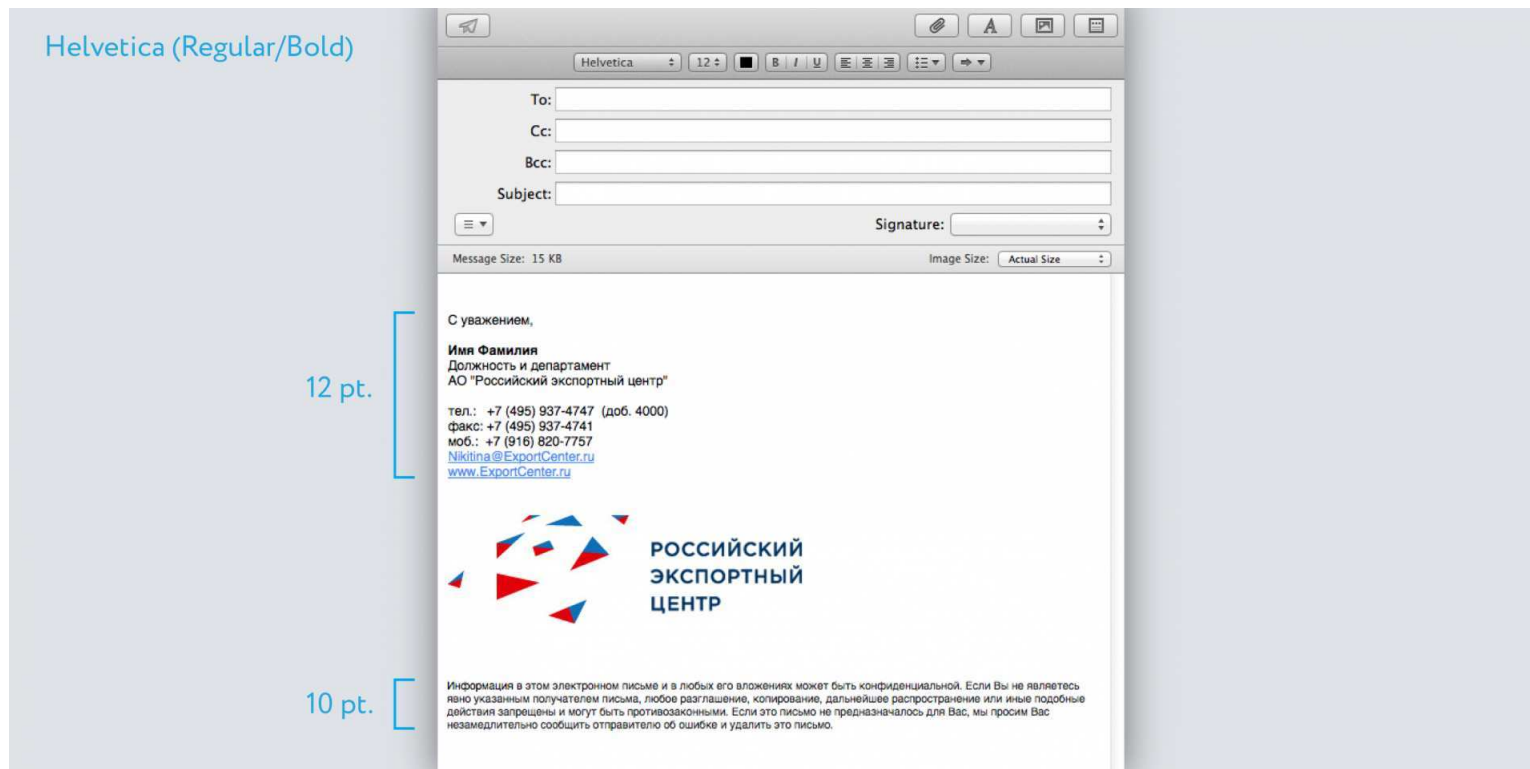


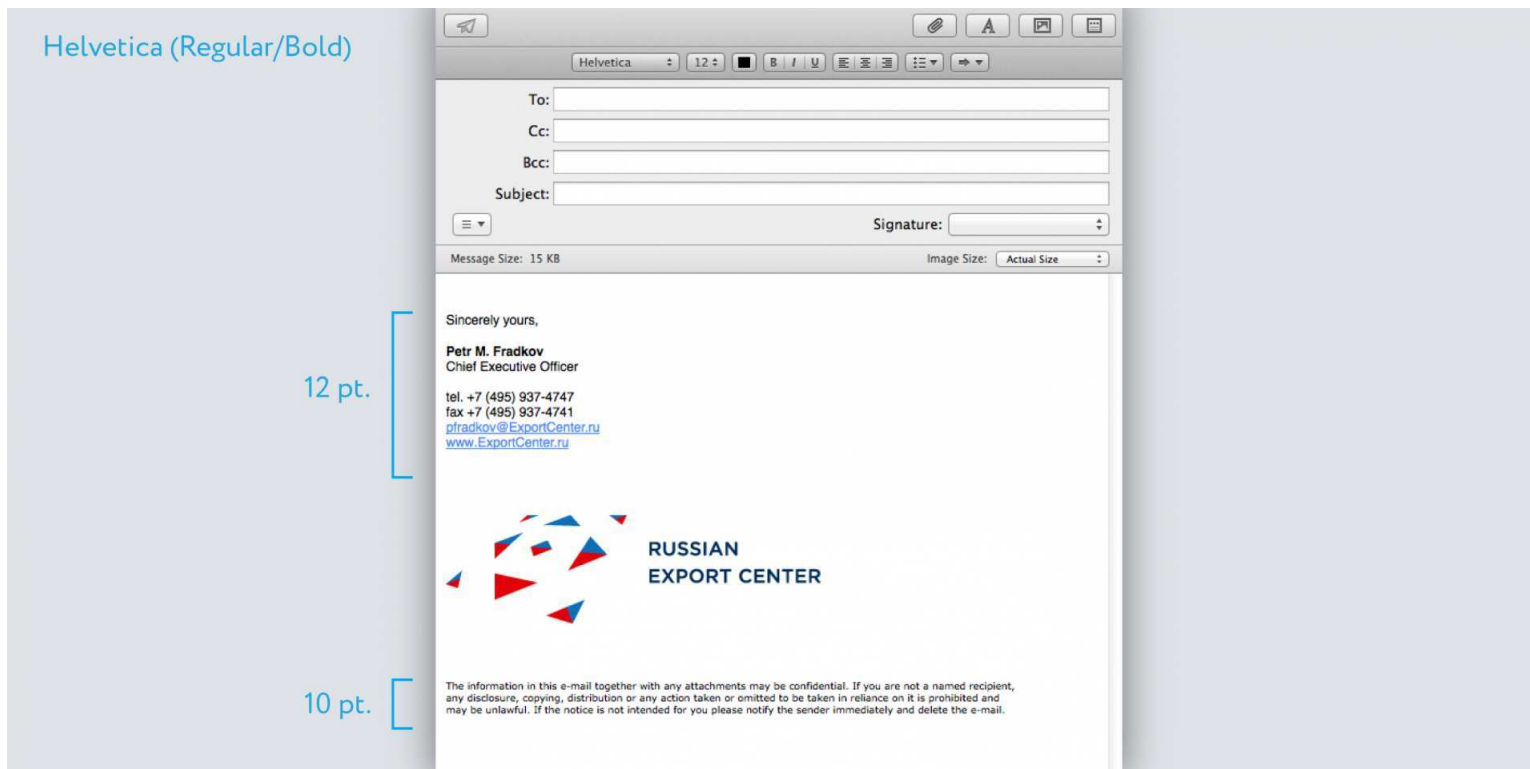
Функциональные поля визитной карточки:

1. ФИО: Circe Bold 10/12 pt. (синий), разрядка 10;
2. должность: Circe Regular 7,5/10 pt. (синий), разрядка 20;
3. реквизиты: Circe Regular 7,5/11 pt. (темно-синий), разрядка 20;

МАТЕРИАЛЫ И ТЕХНОЛОГИИ

Для наилучшего качества воспроизведения и необходимых тактильных свойств рекомендуется воспроизведение офсетной печатью (не цифровой) на бумаге типа Pergraphica (Smooth High White) плотностью 300-350 г/кв.м.







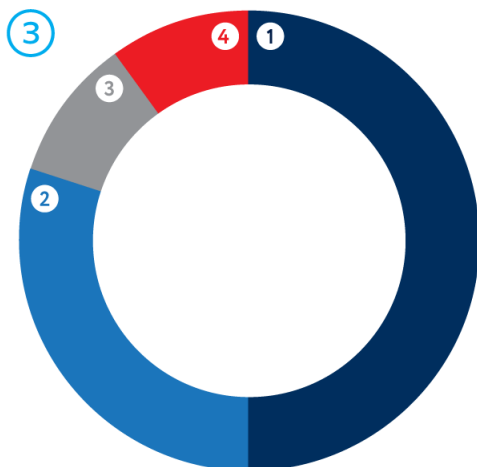
Представленная на этой странице заставка для монитора доступна для скачивания в пропорциях: 4x3, 16x10 и 16x9.



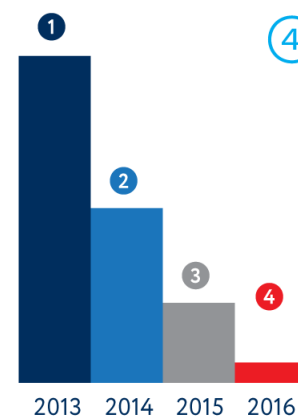
На этой странице представлены варианты использования инфографики в презентационных материалах. Основным принципом является использование исключительно корпоративных цветов, приоритетную последовательность которых можно видеть на примерах 3 и 4. Также принципиальным является использование "плоский" стиль инфографики (без применения теней, объемов и пр.).

1. Пример схемы;
2. примеры пиктограмм;
3. стиль круговой диаграммы и легенды к ней;
4. стиль столбчатого графика.

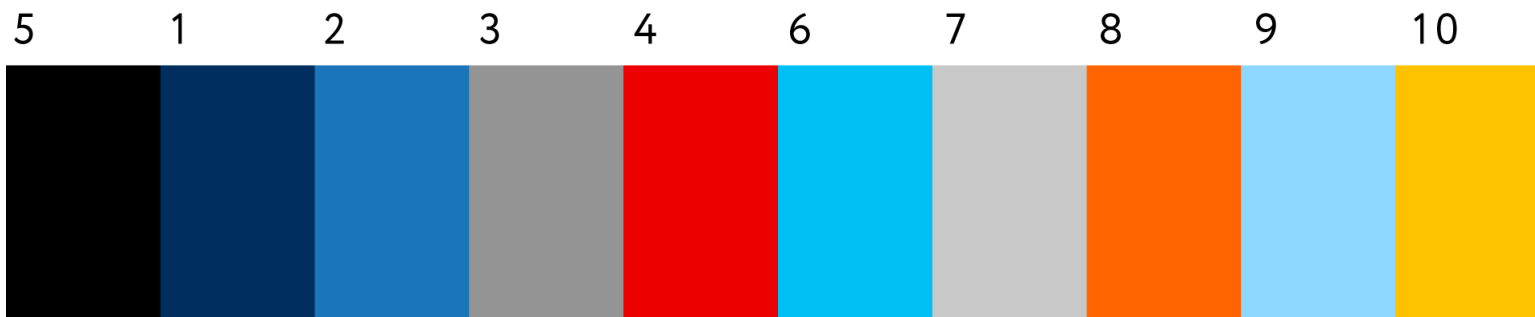
Представленный пример можно скачать в векторном формате (eps).



- 1 Ad ducomaximus occhum este, Catquitissi contissili, cont, tabenduciem quam austortasti,
- 2 Ad ducomaximus occhum este, Catquitissi contissili, cont, tabenduciem quam austortasti,
- 3 Ad ducomaximus occhum este, Catquitissi contissili, cont, tabenduciem quam austortasti,
- 4 Ad ducomaximus occhum este, Catquitissi contissili, cont, tabenduciem quam austortasti,



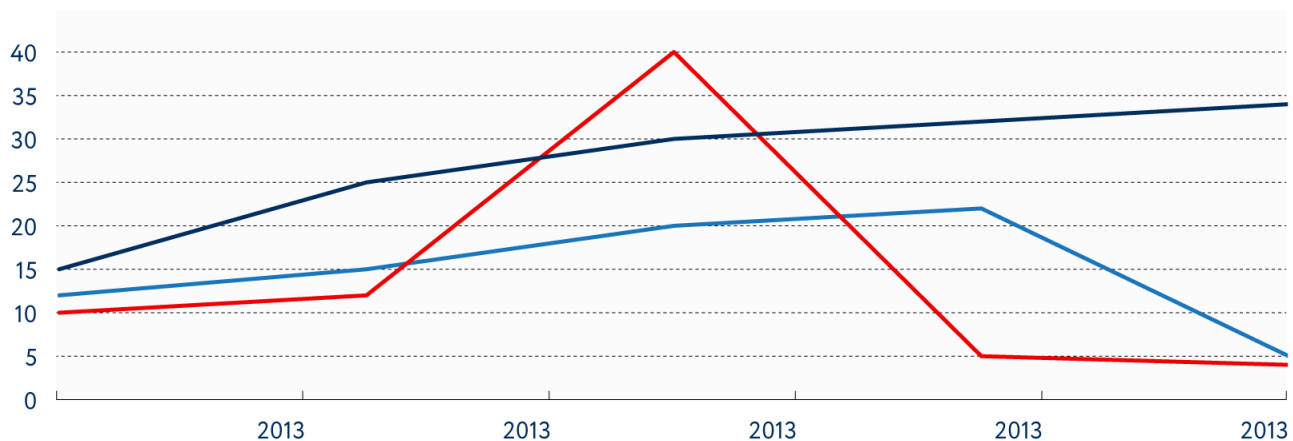
①



0	0	28	148	237	38	200	255	142	255
0	46	117	148	0	169	200	100	216	194
0	94	188	148	0	224	200	0	255	0

На этой странице представлены дополнительные корпоративные цвета (1) для использования в графиках и схемах. Вверху указан приоритетный порядок их появления, внизу — спецификация цветов RGB. Ниже представлен стиль линейного графика (2).

②



① Ad ducomaximus occhum    ② Ad ducomaximus occhum    ④ Ad ducomaximus occhum